

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Salah satu tujuan dari mereview penelitian sejenis adalah untuk memungkinkan peneliti membandingkan temuan dan pendekatan yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu, dengan harapan mendapatkan inspirasi dan wawasan yang dapat digunakan sebagai acuan dalam perencanaan penelitian yang akan dilakukan. Dengan melihat penelitian-penelitian terdahulu, peneliti bertujuan untuk menggali pemahaman yang lebih baik tentang topik yang akan diteliti serta memperoleh gambaran umum yang komprehensif tentang kerangka kerja yang akan digunakan dalam penelitian yang direncanakan.

Menurut ketentuan yang telah ditetapkan kampus dan disarankan oleh pembimbing, peneliti harus menyertakan referensi penelitian terdahulu dengan latar kampus yang berbeda dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, peneliti akan menunjukkan beberapa penelitian terdahulu yang menurut peneliti relevan diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2023), Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Dengan Judul “Pola Komunikasi Orang Tua Kepada Anak Dalam Mengatasi Kecanduan Game Online”. Tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola komunikasi orang tua dan anak dalam mengatasi kecanduan game online serta dilihat dari

beberapa faktor pola komunikasi interpersonal. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Atribusi. Adapun persamaan kedua penelitian ini terdapat dalam metode penelitian yakni menggunakan penelitian deskriptif jenis kualitatif. Perbedaan dalam penelitian Kharisma Damayanti Junaedi Putri bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi orang tua pada dalam mengatasi kecanduan game *online*. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi interpersonal orang tua dalam menangani pengguna media sosial tiktok. Hasil penelitian menunjukkan pola komunikasi dari faktor eksternal menunjukkan bahwa ajakan teman lebih dominan di bandingkan dari kemauan dirinya sendiri. Jadi adanya dorongan dari interaksi sosial dan pengaruh lingkungan sosial. Dengan kecanduan *game online* membuat anak menjadi perubahan sikap menjadi cuek mulai tidak mendengarkan perintah orang tua dan menjadi temperamental. Pola komunikasi faktor internal menunjukkan bahwa timbulnya rasa penasaran yang tinggi membuat anak menjadi kecanduan. Orang tua berusaha mengalihkan anak agar tidak terus menerus bermain *game online*, dengan cara mengalihkan anak bermain keluar bersama teman- temanya sehingga anak menjadi lupa dengan *gadgetnya*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Novelia, 2023) Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Dengan Judul “Pola Komunikasi Interpersonal

Keluarga Broken Home Pada Mahasiswa Fisip Unpas”. Tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan memberikan gambaran umum mengenai bagaimana pola komunikasi keluarga broken home pada pembentukan Pikiran (*mind*), Diri (*self*), dan Masyarakat (*society*) yang ada pada mahasiswa FISIP Unpas dengan menggunakan komunikasi Interpersonal. Adapun persamaan kedua penelitian ini terdapat dalam metode penelitian yakni menggunakan penelitian deskriptif jenis kualitatif. Perbedaan dalam penelitian Frida Novelia bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi interpersonal keluarga *broken home*. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi interpersonal orang tua dalam menangani pengguna media sosial TikTok. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal yang terjadi pada mahasiswa *broken home* di lingkungan FISIP Unpas sangat beragam. Beberapa mahasiswa menjelaskan bagaimana mereka membentuk pola pikir dan membentuk diri dengan mencoba menerima dan memahami keadaan dengan pendewasaan diri walaupun mereka tidak memiliki dukungan penuh dari kedua orang tua. Peran masyarakat di lingkungan kampus sangat berperan penting bagi perkembangan mahasiswa *broken home* dalam memberikan ruang agar bisa lebih percaya diri dan berkembang dalam lingkungan kampus, serta memberikan kasih sayang dan juga dorongan penuh bagi mahasiswa broken home itu sendiri.

3. Penelitian yang dilakukan oleh, Wulan Octa Chastopal Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan pada tahun 2018. Dengan judul “Pola Komunikasi Orang Tua Pada Anak Yang Ketergantungan Gadget”. Tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif pada anak yang mengalami ketergantungan *gadget*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Fenomenologi. Adapun persamaan kedua penelitian ini terdapat dalam metode penelitian yakni menggunakan penelitian deskriptif jenis kualitatif. Perbedaann dalam penelitian Wulan Octa Chastopal bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi orang tua pada anak ketergantungan *gadget*. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi interpersonal orang tua dalam menangani pengguna media sosial TikTok. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pola komunikasi orang tua yang digunakan oleh orang tua yang memiliki anak kecanduan pada yaitu pola komunikasi *authoritative*, dimana disini orang tua dan anak mampu berkomunikasi satu sama lain. Orang tua memberi kebebasan kepada anak, tetapi tetap kendali ada pada orang tua.
4. Penelitian yang dilakukan oleh (Nuriyanti, 2023) Mahasiswa Program Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Dengan judul “Komunikasi Interpersonal Antara Ibu Rumah Tangga Dengan Anak Dalam Mencegah Dampak Negatif

Penggunaan Media Sosial TikTok di Wilayah Kelurahan Cibubur, Kota Jakarta Timur”. Tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu untuk menggali komunikasi yang efektif antara ibu rumah tangga dan anak dalam menghadapi penggunaan media sosial TikTok. Adapun persamaan kedua penelitian ini terdapat dalam metode penelitian yakni menggunakan penelitian deskriptif jenis kualitatif. Perbedaan dalam penelitian Gina nuriyanti bertujuan untuk mengemukakan komunikasi interpersonal ibu rumah tangga dan anak dalam mencegah dampak negatif penggunaan media sosial tiktok. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi interpersonal orang tua dalam menangani pengguna media sosial TikTok. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif antara ibu rumah tangga dan anak memiliki peran penting dalam mencegah dampak negatif penggunaan media sosial TikTok. Melalui komunikasi terbuka, panduan yang tepat, dan contoh teladan yang positif, ibu rumah tangga dapat membantu anak-anak mengembangkan kesadaran tentang penggunaan media sosial yang bijak dan sehat.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Mahrani, 2023) Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Dengan judul “Komunikasi Antarpribadi Orang Tua Dalam Menangani Remaja Ketergantungan Media Sosial Tiktok”. Tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui komunikasi antar pribadi orang

tua dan anak remaja dalam menangani ketergantungan media sosial tiktok. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Interaksi Simbolik. Adapun persamaan kedua penelitian ini terdapat dalam metode penelitian yakni menggunakan penelitian deskriptif jenis kualitatif. Perbedaann dalam penelitian Annisa Nadia Maharani bertujuan untuk mengemukakan komunikasi antarpribadi orang tua dalam menangani ketergantungan media sosial TikTok. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengemukakan Pola komunikasi interpersonal orang tua dalam menangani remaja pengguna media sosial TikTok. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi antarpribadi orang tua dan anak remaja dapat berjalan jika orang tua mampu menempatkan diri menjadi pendengar yang baik serta mampu berperan sebagai sahabat. Konsep *mind*, *self* dan *society* juga mampu menjadi penghambat karena lingkungan tempat bermain (*society*) yang mampu mendorong pikiran (*mind*) anak remaja dalam menentukan perilaku diri (*self*) pada individu anak itu sendiri. Karena anak merasa lingkungan lebih mengerti dirinya, dibandingkan dengan orang tuanya sendiri.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama	Judul	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Kharisma Damayanti Junaedi Putri	Pola Komunikasi Orang Tua Kepada Anak Dalam	Kualitatif	Sama sama meneliti pola komunikasi orang tua	Terletak pada subjek dan objek yang diteliti yaitu mengatasi

		Mengatasi Kecanduan Game Online			kecanduan game online
2	Frida Novelia	Pola Komunikasi Interpersonal Keluarga Broken Home Pada Mahasiswa Fisip Unpas	Kualitatif	Sama sama meneliti mengenai komunikasi interpersonal orang tua	Subjek penelitian ini berfokus pada keluarga broken home
3	Wulan Octa Chastopal	Pola Komunikasi Orang Tua Pada Anak Yang Ketergantungan Gadget	Kualitatif	Sama sama meneliti pola komunikasi orang tua	Penelitian ini hanya terfokus pada komunikasi orang tua dan anak yang ketergantungan gadget
4	Gina Nuriyanti	Komunikasi Interpersonal Antara Ibu Rumah Tangga Dengan Anak Dalam Mencegah Dampak Negatif Penggunaan Media Sosial TikTok di	Kualitatif	Sama sama meneliti pada penggunaan media sosial tiktok pada anak	Terletak pada fokus penelitian yaitu penelitian ini hanya terfokus pada dampak negatif penggunaan media sosial tiktok

		Wilayah Kelurahan Cibubur, Kota Jakarta Timur			
5	Annisa Nadia Maharani	Komunikasi Antarpribadi Orang Tua Dalam Menangani Remaja Ketergantungan Media Sosial Tiktok	Kualitatif	Sama sama meneliti mengenai komunikasi interpersonal orang tua	Penelitian ini hanya terfokus pada komunikasi orang tua dan anak yang ketergantungan media sosial tiktok

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "*comunis*" yang berarti "membuat kebersamaan" atau "membangun kebersamaan" antara dua orang atau lebih. Akarnya adalah "*communicato*" yang artinya "berbagi". Dalam literatur lain, komunikasi juga berasal dari kata "*communication*" atau "*comunicare*" yang berarti "membuat sama". Istilah "*communis*" sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin yang serupa. Komunikasi menyiratkan bahwa suatu pikiran, makna, atau pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005: 41).

Komunikasi adalah proses interaksi yang bertujuan untuk saling bertukar informasi dengan maksud memengaruhi sikap dan perilaku pihak

lain (Koesomowidjojo, 2021). Baik melalui media maupun secara langsung seperti ucapan, teks, gambar, simbol atau bentuk kode tertentu, kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari komunikasi, baik non-verbal maupun verbal.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia, karena dengan komunikasi segala maksud dan tujuan seseorang dapat tercapai. Komunikasi tidak hanya menggunakan kata-kata dari mulut saja, tetapi juga dapat dilakukan dengan media dan aspek-aspek lain di luar penggunaan kata-kata yang dihasilkan oleh mulut manusia (Herlina, 2016).

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi adalah proses menyampaikan pesan dalam bentuk lambang yang memiliki makna sebagai perwujudan pikiran dan perasaan, seperti ide, informasi, kepercayaan, ajakan, dan lain sebagainya. Proses ini dapat dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung bertatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan untuk mengubah sikap, pandangan, atau perilaku penerima pesan.

Komunikasi menjadi hal yang sangat mendasar dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar, terdapat beberapa unsur dalam sebuah komunikasi, yaitu: adanya orang yang menyampaikan pesan (komunikator), adanya pesan (*message*) yang akan disampaikan, serta orang yang akan menerima pesan (komunikan). Selain itu, komunikasi juga

memiliki dua aspek, yaitu isi pesan (*the content of message*) dan lambang (simbol). Secara konkret, Effendy (2017) menyatakan bahwa pesan adalah pikiran atau perasaan, sementara lambang adalah bahasa.

Dari penjelasan definisi komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu saluran dan menghasilkan sebuah efek. Dengan demikian, komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang komunikator kepada penerima pesan atau komunikan dengan tujuan agar menimbulkan efek tertentu.

2.2.1.2 Karakteristik Komunikasi

Berdasarkan definisi-definisi komunikasi yang telah dijelaskan, untuk mencapai komunikasi yang efektif, dapat disimpulkan bahwa terdapat enam karakteristik komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi merupakan sebuah proses. Ini berarti komunikasi adalah serangkaian kegiatan, tindakan, atau peristiwa yang terjadi secara berurutan.
2. Komunikasi merupakan upaya yang disengaja dan memiliki tujuan. Komunikasi dilakukan secara sadar dan pelaku yang terlibat di dalamnya pasti memiliki kepentingan tertentu sesuai dengan keinginannya melakukan perbuatan tersebut.
3. Komunikasi menuntut adanya keterlibatan atau partisipasi dan kerja sama dari orang-orang yang terlibat di dalamnya.

4. Komunikasi bersifat simbolis. Artinya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan simbol atau lambang tertentu. Lambang yang paling umum digunakan adalah bahasa verbal, baik lisan maupun tulisan. Selain verbal, lambang non-verbal juga digunakan melalui gestur, gerakan tubuh, dan mimik atau ekspresi wajah.
5. Komunikasi bersifat transaksional. Transaksional berarti dalam proses komunikasi, keberhasilan penyampaian pesan dapat terwujud apabila kedua pihak yang terlibat memiliki kesepakatan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan.
6. Komunikasi menembus ruang dan waktu. Komunikasi memungkinkan setiap manusia di dunia untuk melakukan aktivitas penyampaian pesan tanpa harus melalui tatap muka dan waktu yang bersamaan.

2.2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Effendy dalam karyanya yang berjudul Dimensi Dimensi Komunikasi (1986:13), ia mengemukakan bahwa komunikasi terdiri dari unsur-unsur atau komponen-komponen tertentu :

- Komunikator
- Pesan
- Media
- Komunikan
- Efek

Peneliti menguraikan unsur-unsur atau komponen-komponen tersebut sebagai berikut, berdasarkan pada adanya hal tersebut :

1. Komunikator

Istilah "komunikator" dan "komunikan" adalah istilah umum yang sering digunakan dalam setiap peristiwa komunikasi. Namun, dalam perkembangannya, banyak teori dan model komunikasi yang menggunakan istilah "sumber-penerima" (*sources-receiver*). Menurut De Vito dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, komunikator dapat dijelaskan sebagai individu atau seseorang yang mengirimkan pesan melalui berbicara, menulis, menggunakan isyarat tubuh seperti tersenyum, dan juga menerima pesan melalui mendengar, membaca, dan sebagainya (De Vito dalam Rismawaty, 2014: 96).

2. Komunikan

Komunikan, atau penerima pesan, merupakan individu yang melakukan analisis dan interpretasi terhadap isi pesan yang diterimanya. Hal ini memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang bersifat dua arah.

3. Pesan

Pesan merupakan informasi yang disusun oleh komunikator dan diteruskan kepada komunikan. Penyampaian pesan bisa dilakukan secara langsung atau melalui media, terutama jika

komunikasi melibatkan jarak atau skala yang besar. Secara prinsip, pesan memiliki karakter abstrak. Namun, untuk memastikan pesan tersebut dapat dipahami oleh komunikan, komunikator perlu mengubahnya ke dalam bentuk bahasa, gambar, atau suara (Cangara, 2006: 23).

4. Media

Media sering dipandang sebagai saluran komunikasi yang digunakan untuk mentransmisikan pesan. Terkadang, komunikasi tidak hanya terjadi melalui satu saluran saja, melainkan bisa melibatkan dua atau bahkan tiga saluran secara bersamaan. Dalam bukunya "Pengantar Ilmu Komunikasi" (*Welcome to the world of communication*), De Vito menyatakan bahwa:

"Media sering dianggap sebagai jalur komunikasi, dan jarang kali komunikasi hanya menggunakan satu jalur saja. Terkadang, kita dapat menggunakan dua atau tiga jalur secara bersamaan." (De Vito dalam Rismawaty, 2014: 110).

5. Efek

Efek komunikasi merujuk pada dampak atau hasil yang timbul dari pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Terdapat tiga jenis pengaruh yang bisa dirasakan oleh komunikan, yakni kognitif (pengetahuan yang diperoleh

komunikasikan tentang suatu hal) dan afektif (terbentuknya sikap)
(De Vito dalam Rismawaty, 2014:126).

2.2.1.4 Bentuk–Bentuk Komunikasi

Menurut Dedy Mulyana, seorang pakar ilmu komunikasi, komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan dirinya sendiri, baik yang disadari maupun tidak disadari. Hal ini terjadi melalui proses persepsi, di mana seseorang menginterpretasikan dan memberikan makna pada objek yang diterima oleh panca inderanya.
2. Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi yang terjadi secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya untuk menangkap reaksi satu sama lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi antarpribadi juga dapat dilakukan melalui media komunikasi, seperti telepon atau radio komunikasi. Dalam proses komunikasi antar pribadi, kemampuan komunikator sangat diperlukan untuk mengekspresikan diri dan memahami peran orang lain (berempati). Untuk mencapai keberhasilan dalam komunikasi tatap muka, dibutuhkan penggunaan komunikasi verbal, bahasa isyarat, dan sikap yang

sesuai. Bahasa verbal dan non-verbal digunakan secara gabungan sehingga tercipta keserasian dalam berkomunikasi.

3. Komunikasi Kelompok

a. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)

adalah komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi kognisi atau cara berpikir komunikan, dan menyampaikan pesannya kepada benak dan pikiran komunikan. Contohnya seperti ceramah, diskusi, rapat, seminar, dan kegiatan sejenis lainnya. Dalam komunikasi kelompok kecil, prosesnya berjalan secara dialogis, tidak linier melainkan sirkular, dan umpan balik terjadi secara verbal.

b. Komunikasi kelompok besar (*large group communication*)

adalah komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi afeksi atau perasaan komunikan, baik menyentuh hati maupun emosinya. Komunikasi dalam kelompok besar bersifat satu arah, yaitu dari komunikator kepada komunikan, tidak terjadi secara dua arah atau timbal balik.

4. Komunikasi Massa Menurut *Defleur* dan *Dennis* dalam

bukunya "*Understanding Mass Communication*" (1985), komunikasi massa adalah proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara terus-menerus agar terciptanya makna-makna yang diharapkan dapat memengaruhi khalayak yang besar dan

beragam melalui berbagai cara. Contoh media massa yang digunakan meliputi media cetak (seperti surat kabar dan majalah) serta media elektronik (seperti radio dan televisi). Pesan-pesan yang disampaikan bersifat umum dan disampaikan dengan cepat, serentak, serta sekilas.

5. Komunikasi organisasi (*organizational communication*) adalah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam suatu organisasi, baik dalam kelompok formal maupun informal. Komunikasi organisasi sering melibatkan komunikasi diadik dan komunikasi antarpribadi. Komunikasi organisasi memiliki tiga fungsi umum, yaitu produksi dan pengaturan, pembaruan (inovasi), serta sosialisasi dan pemeliharaan.

Berdasarkan uraian tentang bentuk-bentuk komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah interaksi yang dapat memberikan pemahaman, dan prosesnya bertujuan untuk memahami maupun dipahami oleh pihak-pihak yang terlibat.

2.2.1.5 Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Menurut pakar komunikasi Prof. Drs. Onong Uchjana Effendi, M.A, komunikasi memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Perubahan Sikap: Setiap pesan baik dalam bentuk berita maupun informasi, yang disebarkan secara luas, baik melalui interaksi personal maupun melalui media massa, memiliki

potensi untuk secara perlahan mengubah sikap individu secara bertahap

2. Perubahan Opini/Pendapat: Melalui penyampaian informasi yang beragam kepada masyarakat, tujuannya adalah untuk mengubah pendapat dan pandangan mereka terhadap suatu topik tertentu, dengan harapan akhirnya mereka akan memperbarui perspektif mereka terhadap tujuan yang ingin dicapai melalui informasi tersebut.
3. Perubahan Perilaku: Dalam proses perubahan perilaku, komunikasi memiliki peran yang terstruktur, mempengaruhi individu untuk mengadopsi perilaku tertentu secara sistematis.
4. Perubahan Sosial: Dengan menyediakan informasi yang beragam kepada masyarakat, tujuannya adalah agar masyarakat mau mendukung dan berpartisipasi dalam mencapai tujuan yang disampaikan melalui informasi tersebut.

Komunikasi memiliki dampak yang signifikan terhadap penerima pesan atau informasi, mampu mengubah sikap, pendapat, pandangan, perilaku, bahkan masyarakat secara keseluruhan, dengan informasi yang disampaikan oleh komunikator.

Komunikasi memiliki fungsi yang meliputi:

1. Memberikan Informasi: Fungsi komunikasi adalah sebagai media untuk menyampaikan informasi mengenai peristiwa,

gagasan, dan perilaku orang lain, serta segala hal yang perlu disampaikan.

2. Mendidik: Fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan memungkinkan manusia untuk mentransfer ide dan pengetahuan kepada orang lain melalui interaksi komunikasi, seperti dalam proses belajar-mengajar yang melibatkan saling pemahaman.
3. Menghibur: Komunikasi juga berperan sebagai sarana hiburan, yang dapat memberikan kesenangan dan menghindari kejenuhan bagi penerima informasi. Saat ini, banyak informasi disampaikan melalui hiburan, memberikan efek menghibur.
4. Memengaruhi: Fungsi komunikasi sebagai alat untuk memengaruhi dan mengubah perilaku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

2.2.2 Pola Komunikasi

2.2.2.1 Definisi Pola Komunikasi

Pola merupakan bentuk atau model yang biasa digunakan untuk menghasilkan sesuatu atau bagian dari sesuatu yang ditimbulkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pola diartikan sebagai bentuk atau desain yang tepat, sistem atau cara kerja, di mana pola dapat dikatakan sebagai contoh maupun cetakan. Sementara komunikasi adalah cara umum yang digunakan untuk mengirim dan menerima pesan antara individu dengan individu lainnya dengan

tujuan agar pesan yang telah direncanakan dapat disampaikan dan diterima. pola komunikasi dapat dipahami sebagai bentuk, model, sistem atau cara yang digunakan dalam proses mengirim dan menerima pesan antara individu atau pihak-pihak yang terlibat komunikasi agar pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik sesuai tujuan komunikasi.

Menurut Djamarah (2004:1), pola komunikasi merujuk pada pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam mengirim dan menerima pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sementara itu, Effendy (dalam Gunawan 2013: 225) mendefinisikan pola komunikasi sebagai sebuah proses yang dirancang untuk merepresentasikan keterkaitan antara unsur-unsur yang terlibat beserta keberlangsungannya guna memfasilitasi pemikiran yang sistematis dan logis. Dalam pandangan Soejanto (dalam Santi, 2015), pola komunikasi adalah gambaran sederhana dari proses komunikasi yang menunjukkan keterkaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.

Sunarto (2006), menyatakan bahwa terdapat dua dimensi pola komunikasi, yaitu pola yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi pada sosial yang memiliki arah hubungan yang berbeda. Sementara itu, Tubbs dan Moss (2001: 26) berpendapat bahwa pola komunikasi atau hubungan dapat dicirikan oleh dua hal, yaitu komplementer atau simetris. Dalam hubungan komplementer,

perilaku dominan dari satu partisipan mendatangkan perilaku tunduk dari partisipan lainnya. Sedangkan dalam pola simetris, tingkat interaksi antara orang-orang didasarkan pada kesamaan. Dominasi dibalas dengan dominasi atau kepatuhan dibalas dengan kepatuhan.

Dengan demikian dari penjelasan diatas, bahwa pola komunikasi merupakan pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam mengirim dan menerima pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami. Pola komunikasi juga dapat dimengerti sebagai suatu komunikasi yang fleksibel dan mudah diubah. Pola ini sangat dipengaruhi oleh simbol-simbol bahasa yang digunakan dan disepakati oleh kelompok tertentu. Dalam berkomunikasi dengan anak usia dini, tantangan besar dalam menentukan pola komunikasi adalah bagaimana cara menyampaikan informasi kepada seluruh orang tua dan bagaimana merespon atau menerima informasi dari seluruh bagian kelompok tersebut.

2.2.2.2 Proses Pola Komunikasi

Menurut Effendy, terdapat tiga macam pola komunikasi, yaitu:

1. Pola komunikasi satu arah, di mana terjadi proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa adanya umpan balik dari komunikan. Dalam hal ini, komunikan hanya bertindak sebagai pendengar saja.

2. Pola komunikasi dua arah atau timbal balik, di mana komunikator dan komunikan saling bertukar fungsi. Pada tahap pertama, komunikator menjadi komunikan, dan pada tahap berikutnya bergantian fungsi. Meskipun demikian, pada dasarnya komunikator utama yang memulai percakapan dengan tujuan tertentu. Proses dialogis serta umpan balik terjadi secara langsung.
3. Pola komunikasi multi arah, yaitu proses komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak anggotanya, di mana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara logis.

2.2.2.3 Macam-Macam Pola Komunikasi

Menurut Denis *Mc. Quail* (1981), secara umum pola komunikasi terbagi menjadi enam tingkatan:

1. Komunikasi intrapersonal, yaitu komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau proses berkomunikasi dengan diri sendiri, terjadi ketika seseorang memberi makna terhadap objek yang diamatinya atau terbentuk dalam pikirannya.
2. Komunikasi interpersonal, yaitu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, terbagi menjadi komunikasi diadik dan kelompok kecil. Dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku karena prosesnya yang dialogis

3. Komunikasi kelompok, yaitu komunikasi antara komunikator dengan sejumlah orang dalam satu kelompok, memiliki tiga karakteristik: pesan disampaikan pembicara kepada khalayak besar secara tatap muka, berlangsung continue dengan sumber dan penerima berbeda, serta pesan terencana untuk segmen khalayak tertentu.
4. Komunikasi antar kelompok atau asosiasi, yaitu komunikasi antara satu kelompok dengan kelompok lain atau asosiasi dengan asosiasi lain, melibatkan beberapa orang sebagai wakil kelompok masing-masing.
5. Komunikasi organisasi, mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi, lebih formal dan mengutamakan prinsip efisiensi.
6. Komunikasi massa, yaitu proses komunikasi di mana pesan dikirim dari sumber kelembagaan kepada khalayak massal melalui media mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

2.2.2.4 Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak

Menurut pendapat (Yusuf, 2013): 226), pola komunikasi orang tua dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis:

1. Pola Komunikasi yang membebaskan, atau yang juga dikenal sebagai pola komunikasi *permissive*, ditandai oleh pemberian kebebasan tanpa batas kepada anak untuk bertindak dan

berperilaku sesuai dengan keinginannya. Dalam pola komunikasi ini, orang tua cenderung bersikap mengalah, memenuhi semua keinginan anak, melindungi secara berlebihan, dan tidak membatasi kebebasan anak dalam pengambilan keputusan. Akibatnya, anak mungkin merasa tidak diinginkan oleh orang tua, karena kesalahannya tidak disoroti atau ditegur, yang pada akhirnya bisa menyebabkan pengulangan kesalahan yang sama berulang kali tanpa pemahaman yang jelas tentang kesalahan yang telah dilakukan.

2. Pola komunikasi otoriter, juga dikenal sebagai pola komunikasi *authoritarian*, dicirikan oleh orang tua yang membatasi otonomi anak dengan ketat. Dalam pola komunikasi ini, terdapat aturan-aturan yang kaku yang ditetapkan oleh orang tua. Sikap orang tua dalam pola komunikasi ini biasanya rendah dalam penerimaan, namun tinggi dalam kontrol, dengan kecenderungan suka menghukum, bersikap komando, menuntut anak untuk tunduk tanpa bernegosiasi, bersikap kaku, emosional, dan menolak. Orang tua yang menerapkan pola ini meyakini bahwa aturan yang diberlakukan adalah demi kebaikan anak, dan tidak mau repot-repot mempertimbangkan kemungkinan efek negatif dari aturan yang terlalu ketat.
3. Pola Komunikasi Demokratis, juga dikenal sebagai *Authoritative*, pada umumnya ditandai oleh hubungan terbuka antara orang tua

dan anak, di mana keduanya sepakat untuk membuat aturan bersama. Orang tua dengan pola komunikasi demokratis berusaha untuk menghargai kemampuan anak secara langsung, memprioritaskan kepentingan anak, namun tetap memiliki kendali atas mereka. Mereka bersikap rasional, berdasarkan pertimbangan dan pemikiran, serta realistis terhadap kemampuan anak. Memberikan kebebasan pada anak untuk membuat pilihan dan bertindak, sambil memberikan pendekatan yang hangat. Orang tua mendorong anak-anak untuk mandiri tetapi menetapkan batasan yang jelas, dengan komunikasi dua arah yang hangat dan penuh kasih.

2.2.3 Komunikasi Interpersonal

2.2.3.1 Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan aktivitas dua arah yang menuntut keterlibatan aktif dari semua pihak, bukan komunikasi satu arah. Komunikasi ini tidak hanya sebatas penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima atau sebaliknya, melainkan terjadi pertukaran pesan secara timbal balik di antara keduanya. Prosesnya tidak sesederhana rangsangan dan tanggapan spontan, tetapi merupakan rangkaian tahapan dimana masing-masing pihak menerima, mengolah, dan kemudian menyampaikan tanggapan yang sudah diproses atas pesan yang diterimanya.

Menurut Triningtyas (2016), komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara satu individu dengan individu lainnya. Dalam jenis komunikasi ini, setiap individu terlibat secara utuh dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan secara nyata. Pada komunikasi interpersonal, setiap peserta tidak hanya memperhatikan isi pesan, tetapi juga memperhatikan kualitas hubungan antarpribadi. Setiap pihak dapat bertindak sebagai komunikator sekaligus komunikan dalam model komunikasi dua arah.

Komunikasi interpersonal cenderung terjadi di antara orang-orang yang memiliki latar belakang serupa. Kesamaan latar belakang ini menciptakan rasa kecocokan antara pemberi pesan dan penerima pesan. Ciri menonjol dari komunikasi antarpribadi adalah kemampuannya untuk mengubah sikap. Hal ini terjadi karena komunikasi antar pribadi dilakukan secara tatap muka dan dalam jarak yang dekat, baik secara fisik maupun psikologis. Kedekatan secara psikologis menunjukkan keakraban hubungan di antara individu-individu yang terlibat.

Dengan demikian, komunikasi interpersonal dapat disimpulkan sebagai proses penyampaian informasi, ide, dan sikap tertentu yang terjadi di antara dua orang atau lebih, dimana orang-orang tersebut bertindak sebagai penerima pesan dan pemberi pesan melalui pertukaran informasi. Tujuannya adalah untuk saling

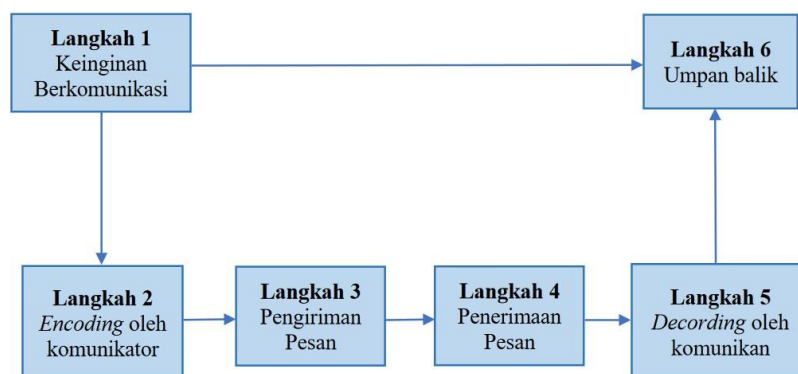
memahami permasalahan yang dibahas, sehingga pada akhirnya dapat mengubah perilaku masing-masing pihak yang terlibat.

2.2.3.2 Proses Komunikasi Interpersonal

Effendy menjelaskan bahwa proses komunikasi melibatkan penyampaian berbagai macam ide, informasi, opini, kepercayaan, dan emosi dari komunikator kepada komunikan (Rosmawati, 2010: 20). Dalam gambaran yang lebih sederhana, proses komunikasi dijelaskan sebagai hubungan antara pengirim dan penerima pesan. Proses komunikasi terjadi saat pengirim menyampaikan pesan dan pesan tersebut diterima oleh penerima (Aw, 2011: 20).

Lebih rinci, (Aw, 2011) menguraikan bahwa proses komunikasi interpersonal terdiri dari enam tahapan, sebagaimana ditampilkan dalam bagan berikut:

Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Interpersonal



- a. Seorang komunikator memiliki dorongan untuk berkomunikasi dan berbagi gagasan dengan orang lain.

- b. *Encoding* oleh komunikator, tindakan menyusun isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata, atau bentuk lainnya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
- c. Pengiriman Pesan, Untuk menyampaikan pesan kepada orang yang diinginkan, komunikator memilih jalur komunikasi yang tepat.
- d. Penerimaan Pesan, Pesan yang telah disampaikan oleh komunikator telah diterima oleh komunikan.
- e. *Decoding* oleh Komunikan, *Decoding* adalah aktivitas yang terjadi di dalam pikiran penerima. Ini adalah proses di mana penerima memahami pesan yang diterima dari komunikator dengan akurat, memberikan arti yang sesuai pada simbol-simbol seperti yang diinginkan oleh komunikator.
- f. Umpan Balik, Setelah menerima dan memahami pesan, komunikan memberikan respons atau umpan balik.

2.2.3.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai. Di sini akan dijelaskan empat tujuannya, yang disebutkan oleh Devito (1997:245):

1. Mengatasi Kesepian

Interaksi dengan orang lain dapat mengurangi perasaan kesepian. Terkadang, kesepian dapat muncul saat kita sendirian secara fisik,

namun juga bisa terjadi ketika bersama orang lain tetapi kebutuhan akan kontak yang dekat tidak terpenuhi.

2. Memperoleh Rangsangan

Manusia membutuhkan rangsangan dari interaksi antarmanusia. Kehidupan manusia dapat terhambat bahkan berisiko mati jika tidak ada rangsangan yang berasal dari interaksi sosial.

3. Menemukan Pemahaman tentang Diri Sendiri

Sebagian besar pemahaman tentang diri kita berasal dari interaksi dengan orang lain. Bagaimana orang lain memandang dan memikirkan kita sangat memengaruhi persepsi diri kita.

4. Maksimalkan Kesenangan dan Minimalkan Penderitaan

Alasan utama dalam membangun hubungan antarpribadi dan yang mencakup semua alasan lainnya adalah untuk mencapai kepuasan dan mengurangi penderitaan dalam kehidupan.

2.2.3.4 Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Untuk mencapai komunikasi antarpribadi yang efektif serta membangun dan memelihara hubungan antarpribadi yang baik, terdapat lima aspek keefektifan komunikasi antarpribadi menurut Devito (1997), yang harus dipenuhi. Kelima aspek tersebut meliputi:

1. Keterbukaan (*Openness*) Dengan membagikan informasi tentang diri sendiri, bercerita, dan berinteraksi dengan orang lain, akan memudahkan proses komunikasi interpersonal. Kualitas keterbukaan mencakup tiga aspek, yaitu:

- a. **Komunikator yang efektif harus terbuka kepada lawan bicaranya**, tidak berarti harus mengungkapkan semua hal, tetapi memiliki keberanian untuk membuka diri tentang hal-hal yang sebelumnya disembunyikan.
- b. **Kesediaan komunikator untuk merespons dengan jujur terhadap rangsangan yang diterima**, bereaksi spontan, memberikan umpan balik, dan menerima saran serta kritik secara terbuka dari lawan bicara.
- c. **Menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran**, dimana perasaan dan pikiran diungkapkan secara terbuka. Jika lawan bicara merasa tidak nyaman dengan sikap atau perilaku kita, diskusikan secara terbuka agar tidak ada yang terpendam dan mengganggu hubungan.

Intinya, keterbukaan berarti berbagi informasi tentang diri sendiri, jujur dalam merespons, dan mengungkapkan perasaan serta pikiran secara terbuka untuk menghindari kesalahpahaman dan memperlancar komunikasi interpersonal.

2. Empati (*Empathy*) Kemampuan untuk peka dan merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain dengan menempatkan diri pada posisi mereka, memahami keadaan dan perasaan yang mereka alami. Empati juga berarti melakukan tindakan yang diharapkan oleh orang lain dengan bersikap baik dan membantu sesama. Dengan kata lain, empati melibatkan kepekaan untuk mengenali

dan memahami perasaan, situasi, serta kebutuhan orang lain seolah-olah berada di posisi mereka. Selanjutnya, empati mendorong kita untuk merespons dengan tindakan yang baik dan bermanfaat bagi orang tersebut sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

3. Sikap Mendukung (*Supportiveness*) sikap yang dapat menciptakan komunikasi yang efektif secara positif. Dengan saling mengungkapkan pikiran dan perasaan serta memahami satu sama lain, akan tercipta dukungan penuh yang menguntungkan kedua belah pihak. sikap mendukung memungkinkan komunikasi yang efektif dan positif dengan cara kedua belah pihak terbuka dalam mengekspresikan pikiran dan perasaan mereka. Ketika ada pemahaman timbal balik, sikap saling mendukung akan muncul, menciptakan keuntungan bagi kedua pihak yang berkomunikasi.
4. Sikap Positif (*Positivity*) Menunjukkan sikap positif saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain akan memberikan dampak emosional dan energi positif yang dapat diterima dengan baik oleh lawan bicara. Hal ini akan menciptakan respons yang baik, diisi dengan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Dengan kata lain, memiliki sikap positif ketika berkomunikasi, seperti bersikap ramah, antusias, dan optimis, akan menularkan energi positif kepada lawan bicara. Mereka akan menerima dampak emosional yang menyenangkan dari sikap

tersebut. Akibatnya, respons yang didapat akan positif, diiringi dengan suasana komunikasi yang nyaman dan menyenangkan bagi semua pihak.

5. Kesetaraan (*Equality*) Kesetaraan merupakan pengakuan bahwa setiap individu memiliki kedudukan dan nilai yang sama, sehingga perlu saling menghargai dan memahami perbedaan yang ada di antara mereka. Kesetaraan bukan berarti menjauhkan atau mengucilkan orang lain karena perbedaan tersebut, melainkan menerimanya dengan lapang dada. Kesetaraan mengakui bahwa semua individu memiliki hak dan kewajiban yang setara, tanpa memandang perbedaan yang ada. Oleh karena itu, kesetaraan mengharuskan kita untuk saling menghargai dan memahami keberagaman yang dimiliki oleh setiap individu, bukan malah menjauhi atau mendiskriminasi mereka karena perbedaan tersebut.

Dengan menerapkan kelima aspek efektivitas komunikasi yang telah dijelaskan sebelumnya, sebuah keluarga dapat membentuk dan menjaga komunikasi yang berjalan secara efektif. Hal ini akan berkontribusi pada keharmonisan dan keselarasan antar anggota keluarga, yang pada gilirannya akan menciptakan suasana yang nyaman bagi semua anggota keluarga.

2.2.4 Komunikasi keluarga

2.2.4.1 Definisi Komunikasi Keluarga

Keluarga adalah sekelompok orang yang terikat dalam suatu ikatan, baik melalui pernikahan, hubungan darah, maupun adopsi. Mereka melakukan berbagai kegiatan secara bersama-sama, bekerja keras untuk mencapai tujuan bersama, dan mengutamakan kepentingan keluarga di atas kepentingan pribadi. Adanya hubungan-hubungan tersebut memunculkan proses komunikasi di antara anggota keluarga. Komunikasi menjadi penghubung antara satu individu dengan individu lainnya dalam lingkup keluarga.

Menurut *Hurlock* (dalam (Wadu'ud & Bahfiarti, 2016), komunikasi keluarga merupakan proses pembentukan pola kehidupan dalam keluarga yang melibatkan unsur pendidikan, pembentukan sikap, dan perilaku anak yang berpengaruh pada perkembangan anak. Orang tua memiliki peran dan tanggung jawab yang besar terhadap keberlangsungan kehidupan anak. Mereka umumnya rela mengorbankan kepentingan pribadi demi pendidikan dan kesuksesan masa depan anak.

Peran keluarga sangat penting dalam tumbuh kembang anak. Kasih sayang orang tua dan sikap mereka dalam menghadapi anak menjadi bagian penting dalam pendidikan anak. Penanaman nilai-nilai kehidupan, seperti agama, lingkungan, dan sosial budaya yang diajarkan oleh orang tua merupakan hal penting untuk membentuk

anak menjadi pribadi yang baik dan dapat membaaur dengan masyarakat. Namun, jika hubungan dalam keluarga tidak harmonis karena faktor-faktor seperti pola asuh yang tidak tepat, kurangnya keterbukaan dan intensitas komunikasi, perbedaan pendapat, serta konflik yang tidak terselesaikan, dapat menyebabkan timbulnya hubungan yang tidak sehat dalam keluarga, seperti canggung, tegang, dan tidak nyaman.

2.2.4.2 Fungsi Komunikasi Keluarga

Menurut Hafied, untuk memahami fungsi komunikasi, kita perlu terlebih dahulu mengetahui jenis-jenis atau tipe komunikasi yang ada. Hal ini penting karena setiap tipe komunikasi memiliki fungsi yang berbeda-beda. Dengan memahami tipe-tipe komunikasi, kita dapat membedakan fungsi dari masing-masing tipe komunikasi tersebut:

1. Tipe komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri memiliki fungsi untuk mengembangkan kreativitas dan imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan.
2. Tipe komunikasi antarpribadi berfungsi untuk meningkatkan hubungan antar manusia (*human relation*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

3. Tipe komunikasi kelompok berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), mempengaruhi orang lain, memberikan informasi, mendidik, dan menghibur.
4. Tipe komunikasi massa berfungsi untuk menyebarkan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam kehidupan seseorang.

2.2.5 Orang Tua dan Remaja

2.2.5.1 Definisi Orang tua

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, orang tua didefinisikan sebagai ayah dan ibu kandung seseorang, atau orang yang dianggap tua, cerdas, pandai, dan ahli. Namun, Moenandar Soelaeman (2009: 179) berpendapat bahwa istilah orang tua seharusnya tidak diartikan secara harfiah sebagai orang yang tua usianya, melainkan sebagai orang yang dituakan dan diberi tanggung jawab untuk merawat, mendidik, dan membimbing anaknya hingga menjadi manusia dewasa yang utuh.

Orang tua adalah bagian inti dari sebuah keluarga yang terdiri dari ayah dan ibu, serta saudara kandung seperti adik dan kakak. Mereka sering disebut sebagai keluarga inti dan bertanggung jawab dalam membimbing serta mengarahkan anak-anaknya dalam lingkungan rumah tangga. Meskipun pada dasarnya terdapat tiga jenis orang tua, yaitu orang tua kandung, orang tua angkat, dan orang tua tiri, namun umumnya yang dimaksud sebagai orang tua adalah ayah

dan ibu yang terikat dalam perkawinan yang sah secara hukum dan membentuk sebuah keluarga baru.

Menurut Thomas, orang tua berperan sebagai guru pertama dalam pendidikan moral bagi anak-anaknya. Lingkungan keluarga, termasuk nilai-nilai, teladan, dan cara mendidik yang diterapkan oleh orang tua, akan sangat memengaruhi perkembangan watak, budi pekerti, dan kepribadian setiap anak. Pendidikan yang diperoleh anak di lingkungan keluarga akan menjadi pondasi bagi pendidikan selanjutnya di sekolah. Misalnya, jika orang tua menanamkan disiplin pada anak, maka anak akan menerapkan disiplin tersebut baik di sekolah maupun di masyarakat. Oleh karena itu, penanaman sikap dan nilai-nilai hidup yang diberikan kepada anak oleh orang tua dapat memunculkan dan membina pengembangan bakat, minat, serta kepribadian anak (Lickona, 2012).

Keluarga merupakan lingkungan pendidikan pertama dan terpenting bagi seorang anak. Tanggung jawab mendidik anak pada awal kehidupannya diemban oleh orang tuanya. Secara alami, sejak lahir anak berada di tengah-tengah ayah dan ibunya. Menurut Ahmadi (1982:103), keluarga adalah wadah yang sangat penting di antara individu dan kelompok sosial, serta merupakan kelompok sosial pertama bagi seorang anak untuk menjadi anggotanya. Dalam keluarga inilah anak mendapatkan bimbingan, pengajaran, dan penanaman nilai-nilai kehidupan dari orang tuanya.

2.2.5.2 Definisi Remaja

Menurut Santrock (2007), masa remaja adalah transisi perkembangan yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional, dimulai dari rentang usia 10-13 tahun dan berakhir pada usia sekitar 18-22 tahun. Sementara itu, Hurlock (2004), menyatakan remaja atau *adolescens* berasal dari kata Latin *adolescere* yang berarti tumbuh atau menjadi dewasa, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Piaget (dalam Hurlock, 2004), mengungkapkan bahwa awal masa remaja berlangsung kira-kira dari usia 12 tahun sampai 16 atau 17 tahun, sedangkan akhir masa remaja dimulai dari usia 16 atau 17 tahun hingga 18 tahun, yang dianggap sebagai usia matang secara hukum.

Masa remaja merupakan periode peralihan dari anak-anak menuju dewasa yang mencakup berbagai perkembangan sebagai persiapan memasuki fase kedewasaan. Pada masa ini, remaja mengalami banyak perubahan, baik secara fisik maupun psikososial. Remaja juga berada pada tahap pembentukan kepribadian menuju kedewasaan yang membutuhkan banyak masukan dan arahan, terutama dari orang-orang terdekat yang sudah saling mengenal satu sama lain. Di era modern saat ini, terdapat banyak hal yang perlu diperhatikan pada diri dan sikap remaja karena mereka sedang berada dalam proses pencarian jati diri dan cenderung lebih berusaha untuk melindungi diri sendiri (Sofia & Adiyanti, 2013).

Masa remaja ditandai dengan munculnya berbagai perilaku, baik positif maupun negatif. Hal ini terjadi karena remaja sedang mengalami masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Perilaku seperti pembangkangan, kegelisahan, dan ketidakstabilan emosi sering kali dialami oleh remaja pada masa ini. Namun, perkembangan perilaku tersebut pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh perlakuan-perlakuan yang berasal dari lingkungan sekitar remaja itu berada.

2.2.5.3 *Self-Concept*

Konsep diri pada dasarnya mengandung arti keseluruhan gambaran diri yang termasuk persepsi tentang diri, perasaan, keyakinan, dan nilai-nilai yang berhubungan dengan dirinya (Ranny et al., 2017). Konsep diri menurut Branden merupakan pikiran, keyakinan, dan kesan individu tentang sifat dan karakteristik dirinya, keterbatasan dan kapabilitasnya, serta kewajiban dan aset-aset yang dimilikinya (Rahman, 2017). Sedangkan, menurut Roger, konsep diri adalah kumpulan persepsi dan kesadaran diri sebagai “aku” yang terorganisir (Felita et al., 2016). Dalam hal ini, konsep diri terdiri atas beberapa elemen meliputi karakteristik dan kemampuan individu, persepsi dan konsep hubungan diri dengan orang lain dan lingkungan serta tujuan dan ide-ide dalam diri.

Adapun tiga komponen dasar dari konsep diri yang dimiliki individu (Felita et al., 2016), diantaranya yaitu:

1. *Ideal self*

Konsep diri yang diinginkan oleh individu seperti baik, bermoral, dan orang yang dihormati. Terkadang pandangan mengenai konsep diri yang ideal menimbulkan konflik antara *ideal self* dan *real self*.

2. *Public self*

Pikiran individu mengenai pandangan orang lain dan lingkungan sekitar mengenai dirinya, yang mempengaruhi *ideal self* dan *real self* individu tersebut.

3. *Real self*

Cara individu memandang dirinya sendiri. Konflik antara *ideal self* dan *real self*, akan memotivasi individu untuk mengubah dirinya sehingga sesuai dengan konsep diri yang ideal, akan tetapi pandangan mengenai konsep diri yang ideal harus bersifat realistik.

3.2.5.3 Hubungan Orang Tua dan Anak Remaja

Hubungan antara orang tua dan anak merupakan hubungan yang tidak terpisahkan dan saling terkait erat. Dalam Triningtyas (2016), hubungan intens seperti ini termasuk hubungan antara orang tua dengan anak dalam satu keluarga inti. Anak diperoleh dari hasil perkawinan, buah cinta yang mendalam dari pasangan suami istri. Anak adalah wujud dari keseriusan dalam berumah tangga yang saling mencintai. Perasaan yang tumbuh dalam hubungan orang tua dan anak

adalah perasaan mendalam dengan prinsip rasa "kita" daripada rasa "mereka".

Komunikasi dalam keluarga sangat penting untuk mendorong keterbukaan anak kepada orang tua. Kasih sayang dan perhatian yang diberikan orang tua memiliki pengaruh besar dalam perkembangan seorang anak, terutama pada usia remaja. Semangat dan motivasi akan tumbuh dan berkembang dalam diri anak yang memiliki kedekatan dengan orang tuanya. Komunikasi yang dilakukan orang tua dengan anak melalui percakapan yang jujur dan terbuka memungkinkan anak untuk mengungkapkan isi hatinya, sehingga permasalahan atau kesulitan yang dihadapi anak dapat berkurang. Sebaliknya, orang tua juga menjadi tahu dan memahami permasalahan yang sedang dihadapi oleh anak mereka (Uli Sinaga & Muhariati, 2016).

2.2.6 Media Sosial

2.2.6.1 Definisi Media Sosial

Media sosial adalah *platform* di mana individu berinteraksi dengan membuat, berbagi, menukar, dan mengubah ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan (Erwin Jusuf Thaib, 2021). Media sosial memungkinkan penggunaannya untuk menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan informasi, memberikan kemudahan yang membuatnya nyaman untuk menghabiskan waktu di sana. Sebagai media *online*, media sosial memfasilitasi partisipasi, berbagi, dan penciptaan konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum,

dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat global. Definisi lain menggambarkan media sosial sebagai *platform online* yang mendukung interaksi sosial dan menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Tongkotow Liedfray, et al., 2022).

Menurut Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015), media sosial merupakan platform media yang berfokus pada keberadaan penggunanya, dimana *platform* tersebut memfasilitasi mereka untuk melakukan aktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dipandang sebagai perantara (fasilitator) daring yang memperkuat hubungan antara para penggunanya sekaligus menjadi pengikat sosial.

Selain itu, kita dapat menggunakan media untuk belajar; semakin banyak yang kita pelajari, semakin banyak pengetahuan dan wawasan yang kita miliki. Media juga telah berkembang seiring berjalannya waktu. Sebelumnya hanya terdiri dari kertas, sekarang dapat diakses melalui alat elektronik seperti ponsel, komputer, laptop, dan sebagainya. Supaya seseorang atau kelompok tidak ketinggalan informasi, kemudahan mendapatkan media harus digunakan dengan bijak.

2.2.6.2 Jenis – Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki beragam jenis atau kategori. Menurut (Nasrullah, 2017), terdapat enam kategori media sosial, yaitu :

1. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Media ini menjadi sarana bagi pengguna untuk melakukan hubungan atau interaksi sosial di dunia maya. Ciri utamanya adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik dengan pengguna yang sudah dikenal maupun yang belum dikenal di dunia nyata. Contohnya adalah Facebook.

2. Jurnal Online (*Blog*)

Blog memungkinkan penggunanya untuk mengunggah berbagai aktivitasnya, saling memberikan komentar, informasi, dan lainnya. Awalnya blog merupakan situs pribadi berisi tautan ke situs lain yang menarik dan diperbarui hampir setiap hari. Kemudian berkembang menjadi tulisan keseharian pribadi dengan kolom komentar. Secara mekanis, ada blog personal dengan nama domain sendiri dan blog gratis menggunakan fasilitas penyedia seperti *Wordpress* atau *Blogspot*.

3. Jurnal Online Sederhana atau Microblog (*Microblogging*)

Tidak jauh berbeda dengan jurnal online, microblog memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas keseharian maupun pendapat pribadi. Contohnya adalah Twitter.

4. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Jenis media sosial ini memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi berbagai media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan lainnya. Contohnya adalah *YouTube*, *Flickr*, *Photobucket*, atau *Snapfish*.

5. Penanda Sosial (*Bookmarking Sosial*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara daring. Contohnya adalah *delicious.com*, *StumbleUpon.com*, dan di Indonesia ada *LintasMe*.

6. Media Konten Bersama atau Wiki

Jenis media sosial ini berupa situs yang kontennya merupakan hasil kolaborasi dari para penggunaannya. Seperti kamus atau *ensiklopedia*, wiki menyediakan konten berupa pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang suatu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

2.2.6.3 Karakteristik Media Sosial

Menurut (Sulianta, 2015: 7), terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media sosial modern, yaitu:

1. Transparansi, terdapat keterbukaan informasi karena konten media sosial ditujukan untuk dikonsumsi oleh publik atau sekelompok orang.
2. Dialog dan komunikasi, terjalin hubungan dan komunikasi interaktif menggunakan berbagai fitur, misalnya antara "Brand Bisnis" dengan para "penggemar"nya.
3. Jejaring relasi, terdapat hubungan antara pengguna yang layaknya jaring-jaring yang terhubung satu sama lain dan semakin kompleks seiring mereka menjalin komunikasi dan terus membangun pertemanan. Komunitas jejaring sosial memiliki peranan kuat yang akan memengaruhi audiensnya (*influencer*).
4. Multi opini, setiap orang dengan mudah dapat berargumen dan mengutarakan pendapatnya.
5. Multi form, informasi disajikan dalam beragam konten dan beragam saluran, dapat berupa: *social media release, video news release, portal web*, dan elemen lainnya.
6. Kekuatan promosi *online*, media sosial dipandang sebagai alat yang memunculkan peluang-peluang untuk mewujudkan visi misi organisasi.

Kemunculan media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa pengaruh yang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang dapat

dimanfaatkan oleh penggunanya, media sosial telah mengubah cara berinteraksi dan berkomunikasi di masyarakat saat ini. Kehadiran media sosial membawa perubahan cara berkomunikasi dari yang konvensional menjadi lebih modern dan serba digital, sehingga komunikasi yang terjadi menjadi lebih efektif dan efisien.

2.2.6.4 Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan media daring yang menawarkan berbagai kemudahan bagi siapa pun yang mengaksesnya. Karena dapat diakses kapan pun dan di mana pun dengan mudah, masyarakat dapat memperoleh informasi dengan sangat cepat. Beberapa fungsi media sosial antara lain:

1. Memperluas jangkauan interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan situs web.
2. Memfasilitasi komunikasi dua arah antara banyak audiens (*many to many*).
3. Mengubah manusia yang semula hanya sebagai penerima pesan menjadi pencipta pesan itu sendiri.
4. Membangun personal *branding* bagi pengusaha atau tokoh masyarakat yang terjun di media sosial.
5. Digunakan sebagai media komunikasi antara pengusaha atau tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial.

2.2.7 Media Sosial Tiktok

2.2.7.1 Definisi Media Sosial Tiktok

TikTok adalah aplikasi yang menawarkan efek spesial, unik, dan menarik yang dapat digunakan dengan mudah oleh penggunanya untuk membuat video pendek yang keren dan menarik perhatian banyak orang. TikTok merupakan jejaring sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Awalnya, platform yang kini dikenal sebagai TikTok tidak diluncurkan dengan nama tersebut. Perusahaan asal China bernama ByteDance mengeluarkan sebuah aplikasi video pendek yang bernama Douyin. Dalam waktu satu tahun, Douyin berhasil mencapai 100 juta pengguna dan mencatat lebih dari 1 miliar tayangan video setiap harinya. Mengingat popularitas yang meroket, ByteDance memutuskan untuk memperluas cakupan Douyin di luar China dengan memberikan nama baru, yaitu TikTok.

Aplikasi ini memungkinkan pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh berbagai kalangan, baik orang dewasa maupun anak di bawah umur. Di TikTok, pengguna dapat melihat video-video pendek dengan beragam ekspresi dari pembuat lain dan menirunya. TikTok memfasilitasi penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek. Aplikasi ini dikembangkan oleh developer asal Tiongkok, ByteDance Inc, yang melebarkan sayapnya ke Indonesia.

Sepanjang kuartal pertama 2018, TikTok menjadi aplikasi paling banyak diunduh, mencapai 45,8 juta kali, mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger, dan Instagram. Mayoritas pengguna TikTok di Indonesia adalah anak milenial, usia sekolah, atau generasi Z. Aplikasi ini pernah diblokir pada 3 Juli 2018, Kementerian Komunikasi dan Informatika telah melakukan pemantauan terhadap aplikasi TikTok selama sebulan dan menerima banyak sekali laporan keluhan mengenai aplikasi ini, mencapai 2.853 laporan sampai dengan tanggal 3 Juli. Banyak individu yang mencoba untuk eksis seperti Bowo dan Nuraini dengan menggunakan TikTok sebagai ajang untuk memamerkan eksistensi diri dengan membuat video-video yang kreatif dan semenarik mungkin. Pada tahun 2020, TikTok mulai mendapatkan popularitas yang meningkat di Indonesia, menarik perhatian dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk kalangan artis, pejabat, dan figur publik lainnya. Hal inilah yang menyebabkan TikTok banyak diunduh dan digunakan saat ini oleh para penggunanya yang merasa terhibur dengan video-video tersebut.

Ada beberapa manfaat dari tiktok yang dapat kita gunakan :

1. TikTok berfungsi sebagai media untuk memamerkan kreativitas yang unik dan spesifik dari penggunanya, baik kreator media sosial profesional maupun pengguna umum.

2. TikTok menjadi wadah untuk mencari bakat, kreator, atau pencipta baru, sekaligus menjadi ajang untuk meraih popularitas.
3. TikTok dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis online sebagai sarana *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan dengan membuat konten yang menarik.

Gambar 2. 2 Logo Tiktok



(Sumber: @google.com)

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Interaksi Simbolik

George Herbert Mead dikenal sebagai pencetus awal Teori Interaksi Simbolik, yang tertarik pada kemampuan manusia dalam menggunakan simbol. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh orang lain dan juga perilaku orang tersebut. Melalui isyarat berupa simbol, kita dapat mengungkapkan perasaan, pikiran, dan maksud yang ingin disampaikan. Teori ini didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Simbol membentuk Teori Interaksi Simbolik yang berpusat pada hubungan antara simbol, baik verbal maupun nonverbal (bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, dll) serta interaksi antara seseorang yang menggunakan simbol-simbol tersebut.

Herbert Blumer mendefinisikan interaksionisme simbolik atau Teori Interaksi Simbolik sebagai proses interaksi dalam rangka membentuk makna bagi setiap individu. *Scott Plunkett* mendefinisikannya sebagai cara kita belajar menginterpretasi serta memberi makna terhadap dunia melalui interaksi dengan orang lain.

Teori interaksi simbolik dipengaruhi oleh struktur sosial yang membentuk dan mempengaruhi perilaku spesifik, yang kemudian menciptakan representasi simbolik dalam interaksi sosial masyarakat. Teori ini menekankan pentingnya setiap individu untuk menjadi proaktif, reflektif, dan kreatif dalam menafsirkan serta menampilkan perilaku yang unik, kompleks, dan seringkali sulit diinterpretasikan. Lebih lanjut, teori ini menyoroti dua konsep kunci: pertama, bahwa manusia dalam masyarakat tidak dapat dipisahkan dari interaksi sosial, dan kedua, bahwa interaksi sosial di dalam masyarakat tercermin melalui simbol-simbol tertentu yang cenderung dinamis.

Larossa dan *Reitzes* menggambarkan pandangan *Mead* tentang saling ketergantungan antara individu dan masyarakat. Studi oleh *LaRossa* dan *Reitzes* (1993) menyimpulkan bahwa Teori Interaksi Simbolik berkaitan dengan penelitian tentang dinamika keluarga. Teori Interaksi Simbolik berfungsi sebagai penghubung antara teori yang memperhatikan peran individualitas serta teori yang menekankan aspek sosial.

Herbert Blumer, seorang murid *Mead* mengembangkan istilah "teori interaksi simbolik" sebagai hasil dari karya *Mead* yang

mempengaruhi perkembangan teori ini. *Blumer* mulai mempublikasikan artikel-artikelnya mengenai teori interaksi simbolik ini pada tahun 1969. Namun, dalam praktiknya, teori ini cenderung memusatkan analisis pada interaksi antara individu dalam kelompok kecil, tanpa memperhatikan analisis terhadap masyarakat dalam skala besar. Teori ini lebih menekankan pada perilaku yang terjadi dalam komunitas kecil, seperti keluarga, dalam membentuk interaksi sosial di antara anggotanya.

Teori Interaksi Simbolik menjelaskan bagaimana manusia menggunakan bahasa untuk menciptakan makna, cara manusia menunjukkan dirinya sendiri, dan bagaimana manusia menggunakan simbol-simbol dalam membentuk masyarakat untuk dapat bekerjasama dengan orang lain. Teori ini dikembangkan oleh Herbert Blumer dengan merumuskan tiga premis, yaitu:

- 1) Perilaku manusia dipengaruhi oleh makna yang mereka peroleh mengenai orang lain dan berbagai kejadian.
- 2) Interaksi sangat penting bagi pengembangan dan penyampaian pesan.
- 3) Makna yang dimiliki seseorang tentang berbagai kejadian atau hal lainnya dapat berubah seiring berjalannya waktu.

Teori Interaksi Simbolik merupakan teori yang terbentuk dalam bidang psikologi sosial dan sosiologi yang memandang bagaimana individu (*self*) dan masyarakat (*society*) berinteraksi dengan orang lain dengan memegang peranan penting dalam mengutamakan komunikasi. Teori ini menitikberatkan pada perilaku kelompok kecil yang memiliki

berbagai bentuk interaksi sosial di antaranya. Pada dasarnya, segala informasi berupa pertukaran simbol atau lambang-lambang antara partisipan komunikasi. Interaksional simbolik merupakan cara pandang terhadap komunikasi dan masyarakat yang memiliki struktur sosial dan makna-makna yang terbentuk melalui interaksi sosial.

Tiga elemen kunci Teori Interaksi Simbolik dalam buku Mead yang berjudul *Mind, Self, and Society* berisi dasar-dasar Teori Interaksi Simbolik:

1. Pikiran (*Mind*)

Dengan adanya pikiran, manusia memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol dalam menciptakan perspektif dan makna sosial yang sama dengan mengembangkan pikiran melalui interaksi bersama individu lain. Konsep pikiran mengacu pada gagasan pemikiran (*thought*) yang Mead sebut sebagai percakapan batin. *Mead* berpendapat bahwa tanpa rangsangan sosial dan interaksi dengan orang lain, seseorang tidak dapat mempertahankan pikiran atau melakukan percakapan mendalam.

2. Diri (*Self*)

Setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda dengan orang lain. Oleh karena itu, setiap orang akan memiliki perspektif masing-masing terhadap diri kita. Berdasarkan sosiolog *Charles Cooley* (1912), *Mead* menyebut ini sebagai melihat cermin diri (*looking-glass self*) yang

merupakan kemampuan untuk melihat diri sendiri berdasarkan perspektif orang lain saat melihat kita.

3. Masyarakat (*Society*)

Dengan adanya masyarakat, kita dapat berinteraksi secara langsung sebagai sistem sosial melalui cara berkomunikasi dalam bertukar pesan sebagai hakikat manusia yang senantiasa hidup bersosial untuk menciptakan timbal balik pada sekelompok masyarakat. Masyarakat terbentuk dari individu-individu yang memiliki kesamaan tujuan dengan melakukan kerja sama dan saling memengaruhi untuk mendapatkan kepentingan bersama. Dalam masyarakat ini biasanya seperti anggota keluarga, rekan kerja, teman, dll.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran adalah dasar teoritis yang menggambarkan landasan bagi peneliti dalam menjalankan penelitian. Ini meliputi diagram yang mengilustrasikan hubungan antara variabel dengan variabel lainnya. Kerangka pemikiran juga berfungsi untuk menjelaskan metode atau teori yang diterapkan dalam penelitian tertentu. Dalam konteks penelitian ini, peneliti akan menguraikan kerangka pemikiran terkait permasalahan yang diteliti **“Pola Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dalam Menangani Remaja Pengguna Media Sosial Tiktok Di Smkn 2 Karawang”**.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Interaksi Simbolik yang menekankan pada makna simbol dan tanda dalam membentuk pemahaman makna dalam interaksi sosial. Teori ini mengartikan bahwa komunikasi

interpersonal tidak hanya melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan, melainkan juga melibatkan proses interpretasi simbolik dalam memahami suatu pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal serta memengaruhi perilaku setiap individu dalam interaksi sosial.

Menurut Teori Interaksi Simbolik, seseorang memaknai suatu simbol yang digunakan dalam komunikasi yang mereka lakukan berdasarkan persepsi mereka dan pengalaman yang telah dilewati. Selain itu, teori ini menekankan pada peran sosial dalam membentuk identitas setiap individu melalui interaksi sosial dengan orang lain menggunakan simbol-simbol atau tanda yang memiliki makna.

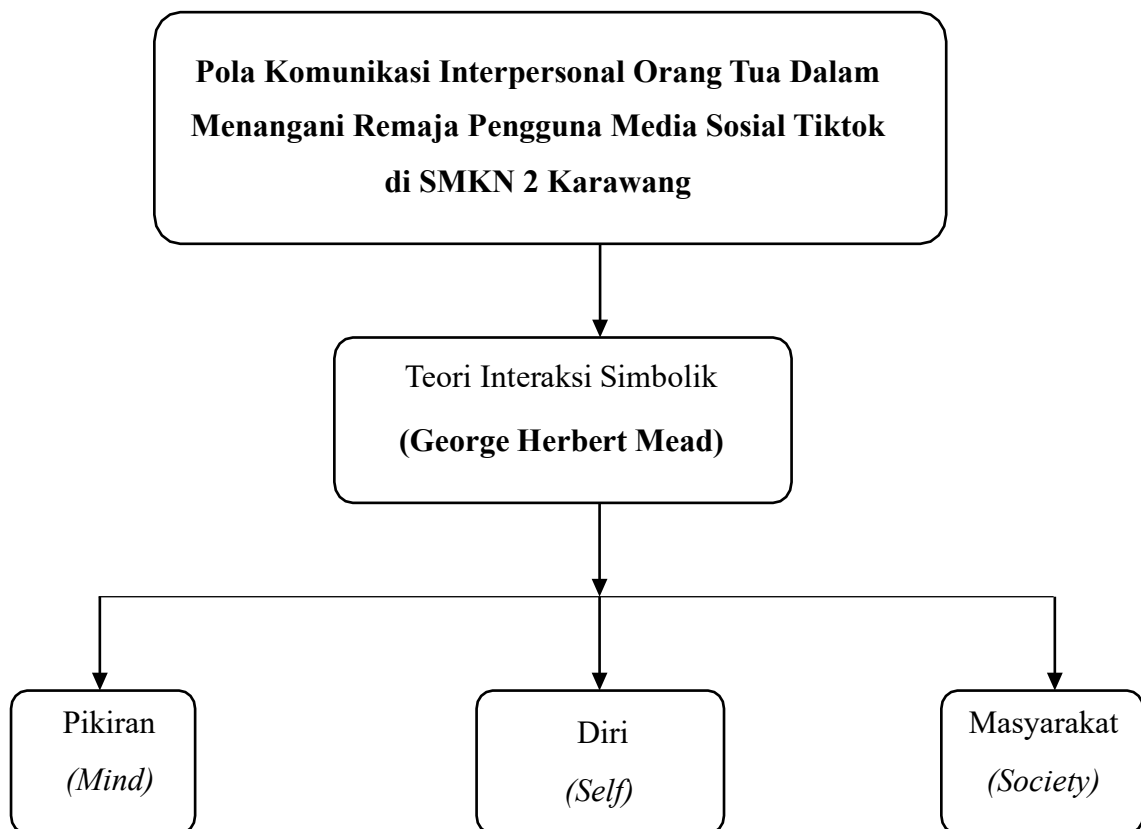
Tiga elemen kunci Teori Interaksi Simbolik dalam buku Mead berjudul *Mind, Self, and Society*: 1). *Mind* (Pikiran) Dalam komunikasi interpersonal, pikiran meliputi proses seseorang memahami dan memandang berbagai hal yang akan mengubah pola pikirnya untuk memberikan respons terhadap pesan yang diterima serta memahami faktor-faktor yang memengaruhi interaksi dengan orang lain. Hal ini mencakup persepsi, pengambilan keputusan, keyakinan, dan emosional. 2). *Self* (Diri) Dalam diri seseorang akan terbentuk persepsi terhadap pemahaman diri mereka dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan serta membentuk konsep diri dalam memahami dan menghargai diri sendiri dan orang lain yang dapat memengaruhi perilaku mereka saat berinteraksi sosial dengan masyarakat. Hal ini melibatkan citra diri, harga diri, konsep diri pada identitas dan peran mereka di lingkungan. 3). *Society* (Masyarakat) Masyarakat menjadi hal utama melalui adanya interaksi dalam lingkungan sosial yang perlu memahami

konteks sosial dan norma yang berlaku. Hal ini melibatkan interaksi antara individu dan kelompok sosial dengan norma, nilai, dan aturan yang dipertahankan.

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang dikemukakan peneliti, diperlukan kerangka pemikiran berupa teori dari para ahli yang sudah terbukti kebenarannya dan teori tersebut harus berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Dengan mengacu pada teori yang telah ditetapkan, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 2. 3 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti (2024)