

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. *Review Penelitian Sejenis*

Dalam melakukan penyusunan penelitian ini, peneliti membutuhkan penelitian sejenis yang sudah dibuat terlebih dahulu sebagai pembanding untuk acuan agar lebih baik kedepannya. Peneliti menemukan beberapa referensi dari jurnal serta website terkait penelitian sejenis, di antaranya:

1. Ilham Nugraha Rachman Universitas Pasundan 2012 dengan judul Fenomena Perempuan Pengguna *Vaporizer* di Fisip Universitas Pasundan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Ilham menggunakan pendekatan teori Schutz yang membahas mengenai motif, makna, dan pengalaman dari fenomena yang terjadi.
2. Windi Kania Universitas Pasundan 2014 dengan judul Fenomena Anak Korban *Broken Home*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Windi menggunakan pendekatan teori Schutz yang membahas mengenai motif, makna, dan pengalaman korban dari fenomena yang terjadi.
3. Sheldy Rahayu Pratama Universitas Pasundan 2013 dengan judul Fenomena *Motovlog* di Youtube pada Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas. Sheldy menggunakan pendekatan teori Schutz yang membahas mengenai motif, makna, dan pengalaman korban dari fenomena yang terjadi.

Table 1.1.

Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian
Ilham Nugraha Rachman Universitas Pasundan 2012	Fenomena Perempuan Pengguna Vaporizer di Fisip Universitas Pasundan.	Di dalamnya terdapat penjelasan tentang komunikasi kelompok dan teori yang dipakai yaitu teori Alfred Schutz.	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ilham Nugraha menunjukkan bahwa dalam Fenomena Perempuan Pengguna Vaporizer adanya suatu motif, pengalaman dan makna bagi perempuan pengguna vaporizer.
Windi Kania Universitas Pasundan 2014	Fenomena Anak Korban Broken Home	Di dalamnya terdapat penjelasan tentang	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Windi Kania menunjukkan

		komunikasi interpersonal dan teori yang dipakai yaitu teori Alfred Schutz.	bahwa dalam fenomena anak korban <i>Broken Home</i> adanya suatu motif, pengalaman dan makna bagi korban dan pelaku.
Sheldy Rahayu Pratama Universitas Pasundan 2013	Fenomena Motovlog di Youtube pada Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas	Di dalamnya terdapat penjelasan tentang komunikasi interpersonal dan teori yang dipakai yaitu teori Alfred Schutz.	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sheldy Rahayu Pratama menunjukkan bahwa dalam fenomena Motovlog dikalangan mahasiswa terdapat suatu motif, pengalaman dan makna bagi Mahasiswa

			Fisip Unpas.
--	--	--	--------------

Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu. Tiga peneliti terdahulu sama – sama menggunakan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz. Perbedaan yang mendasar dari penelitian terdahulu ialah tujuan berbeda dari setiap penelitian terdahulu.

2.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan landasan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini di hasilkan dari konsep teori yang akan dipakai sebagai acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti. Oleh sebab itu untuk menjelaskan mengenai fenomena kelompok pengamen di kalangan remaja di Kota Bandung, maka peneliti akan menggunakan teori sebagai berikut.

2.2.1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari Bahasa latin atau *communication* dan bersumber dari kata yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah satu makna. Komunikasi berlangsung apabila antara orang – orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Hubungan antara mereka bersifat komunikatif. Sebaliknya, jika orang – orang tersebut tidak mengerti, komunikasi tidak berlangsung. Maka hubungan antara orang – orang itu tidak efektif.

Ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial, tidak bisa menghindari prespektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks, yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi. Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa komunikasi adalah

“Proses mengubah perilaku orang lain. Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator alam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.” (2001:10)

Menurut Rogers dan Kincaid yang dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Cangara bahwa Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian. (2004:19)

Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh para pakar komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa

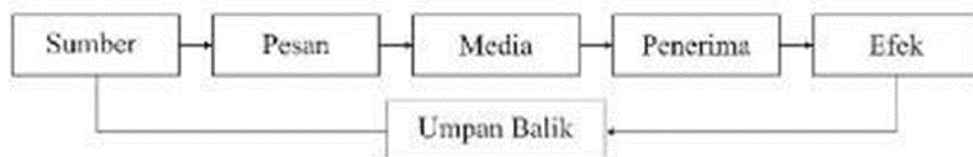
terjadi bila ada seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik atau terlalu luas misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

2.2.1.1. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada komponen atau unsur-unsur yang harus dipahami, komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1. Pola Unsur Komunikasi



Sumber: Cangara (2006).

1. Komunikator

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

2. Pesan

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

Menurut Cangara dalam Pengantar Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut:

“Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan.”
(Cangara, 2006:23).

3. Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesandari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi

memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga.

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Cangara dikatakan bahwa:

“Pesan – pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.” (Cangara, 2006:119).

Sedangkan dalam buku Ilmu Komunikasi karya Vardiansyah,

“Media bentuk jamak dari medium – medium Komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih Komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media Komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi.” (Vardiansyah, 2004:24–26).

4. Komunikan

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

5. Efek

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

6. *Feedback* (Tanggapan Balik)

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

2.2.1.2. Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy (1997:36), terdapat empat fungsi komunikasi, sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*To Inform*)

Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan

tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*To Educate*)

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

3. Menghibur (*To Entertain*)

Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*To Influence*)

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

Fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampaian informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun bertindak. Berdasarkan fungsi diatas bahwa penyampaian informasi ini merupakan hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.1.3. Tujuan Komunikasi

Menurut Widjaja dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi: Pengantar Studi, komunikasi mempunyai beberapa tujuan yaitu

1. Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita

harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.

2. Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain. Kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki (Widjaja, 2000:66-67).

Sementara Lasswel yang dikutip oleh Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi bahwa tujuan komunikasi disini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum ada empat tujuan komunikasi ada, yaitu

1. *Social Change* (Perubahan Sosial)

Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.

2. *Attitude Change* (Perubahan Sikap)

Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.

3. *Opinion Change* (Perubahan Pendapat)

Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.

4. *Behavior Change* (Perubahan Perilaku)

Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku (2010:38).

Menurut Gordon I. Zimmerman dalam buku suatu Pengantar Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Mulyana bahwa tujuan komunikasi dibagi menjadi dua kategori yaitu kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita dan kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dari definisi di atas dapat dijabarkan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk kebutuhan kita dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2.2.1.4. Proses Komunikasi

Effendi, dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, menjelaskan proses komunikasi dari dua tahap, yaitu

- a. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang atau simbol berupa bahasa, kiasan, syarat, gambar, warna dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang paling mampu "menerjemahkan" pikiran seseorang kepada orang lain. Berkat kemampuan bahasa, maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak ditampilkan oleh Aristoteles, Plato, dan Socrates, dapat menjadi manusia yang beradab dan berbudaya, dan dapat memperkirakan apa yang

akan terjadi pada tahun, decade, bahkan abad yang akan datang. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan setara (tuned) bagi komunikator dan komunikan.

- b. Proses komunikasi secara 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, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju (1997:42).

Dari pengertian yang telah disebutkan di atas, baik itu proses komunikasi

secara primer maupun secara sekunder dalam menyalurkan pikiran maupun perasaannya, maka proses komunikasi secara primer jika dicontohkan melalui media cetak adalah dalam bentuk tulisan (karya jurnalistik). Sedangkan dalam proses komunikasi secara sekunder sebagai penyalur pesan atau komunikasi tersebut adalah surat kabar.

2.2.1.5. Prinsip-prinsip Komunikasi

Deddy Mulyana mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Terdapat 12 prinsip komunikasi yakni

- a. Komunikasi Adalah Proses Simbolik.
- b. Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi.
- c. Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan.
- d. Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesenjangan.
- e. Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu.
- f. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi.
- g. Komunikasi Bersifat Sistemik.
- h. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial budaya semakin Efektiflah Komunikasi.
- i. Komunikasi Bersifat Nonkonsekuensial.
- j. Komunikasi Bersifat Prosensual, Dinamis, dan Transaksional.
- k. Komunikasi Bersifat Irreversible (yang tidak dapat diubah).
- l. Komunikasi Bukan Panacea (obat mujarab) (2015:91-127).

2.2.2. Komunikasi Interpersonal

2.2.2.1. Definisi

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Misalnya, masing-masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing-masing dalam percakapan tersebut.

Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada semua serta memahami gagasan, perasaan dan kesan orang lain.

Komunikasi tidak hanya mendorong perkembangan kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial apapun.

Menurut Effendy (1986) komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga (Effendy, 1986).

Komunikasi memungkinkan terjadinya kerjasama sosial, membuat kesepakatan-kesepakatan penting dan lain-lain. Individu yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda-beda. Perbedaan ini dapat mempengaruhi efektifitas sebuah komunikasi. Sangat penting bagi setiap individu untuk memahami simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu bersamaan.

2.2.2.2. Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

Menurut Sendjaja dalam bukunya Teori Komunikasi, menjelaskan komunikasi interpersonal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pihak-pihak yang melakukan komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Pihak yang dapat dikatakan melakukan komunikasi interpersonal harus tidak berada dalam jarak jauh melainkan saling berdekatan atau *face to face*. Apabila salah satu lawan bicara menggunakan media dalam penyampaian pesan karena perbedaan jarak, itu tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal.
2. Pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara spontan baik secara verbal maupun non-verbal. Di dalam komunikasi interpersonal *feedback* yang diberikan oleh komunikan biasanya secara spontan begitu juga dengan tanggapan dari komunikator. Dengan respon yang diberikan secara spontan dapat mengurangi kebohongan salah satu lawan bicara dengan cara melihat gerak gerik ketika sedang berkomunikasi.
3. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. *Mutual understanding* akan diperoleh dalam komunikasi interpersonal ini, apabila diantara kedua belah pihak dapat menjalankan dan menerapkan komunikasi ini dengan melihat syarat- syarat yang berlaku seperti, mengetahui waktu, tempat dan lawan bicara.

4. Kedekatan hubungan pihak-pihak komunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon non-verbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang dekat. Kita dapat membedakan seberapa dekat hubungan seseorang dengan lawan bicaranya, hal ini dapat dilihat dari respon yang diberikan. Misalnya kedekatan dalam berkomunikasi antara sepasang kekasih dengan sepasang persahabatan, melalui respon nonverbal kita dapat melihat mereka sepasang kekasih atau hanya teman biasa (Sendjaja, 2002).

Meskipun setiap orang berhak mengubah topik dalam pembicaraan, akan tetapi didalam kenyataannya komunikasi antarpersonal bisa saja didominasi oleh satu pihak misalnya komunikasi dosen-murid didominasi oleh dosen, komunikasi suami-istri didominasi oleh suami. Didalam komunikasi interpersonal sering kali kita menganggap pendengaran dan penglihatan sebagai indera primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam menyampaikan pesan-pesan bersifat intim. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi interpersonal sangat potensial dalam hal membujuk lawan bicara kita.

Komunikasi interpersonal dikatakan lebih efektif dalam hal membujuk lawan bicara karena tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya serta dapat langsung melihat reaksi dari lawan bicara. Komunikasi interpersonal sering dilakukan oleh semua orang dalam berhubungan dengan masyarakat luas.

2.2.2.3. Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Menurut Cangara komunikasi ini masih terbagi menjadi dua jenis dilihat

dari sifatnya, yaitu:

a) Komunikasi diadik (*Dyadic communication*)

Komunikasi diadik adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang. Misalkan Anda berkomunikasi dengan seseorang yang Anda temui di jalan. Atau Anda sedang menelpon seseorang yang lokasinya jauh dari Anda.

b) Komunikasi triadik (*Triadic communication*)

Komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelaku komunikasinya terdiri dari tiga orang, yaitu seorang komunikator dan dua orang komunikan (Cangara, 2011:31).

Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan sepenuhnya, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi.

2.2.2.4. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Menemukan Diri Sendiri.

Menemukan pribadi atau personal merupakan salah satu tujuan dari komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal memberikan peluang kepada setiap orang buat membicarakan apa yang disukai atau seperti apa diri Anda. Mendiskusikan perasaan, tingkah laku, dan pikiran ialah hal yang sangat menarik. Dengan membicarakan diri sendiri dengan orang lain, Anda berarti memberi sumber balikan yang hebat pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku.

2. Menemukan Global Luar

Hanya dengan komunikasi interpersonal, Anda mampu mengerti lebih banyak tentang diri sendiri dan orang lain yang sedang berkomunikasi dengan Anda. Sangat banyak kabar yang bisa diketahui melalui komunikasi interpersonal. Walaupun banyak informasi yang diketahui berasal dari media massa, hal ini justru sering didiskusikan yang pada akhirnya dialami dan dipelajari lewat hubungan interpersonal.

3. Membentuk dan Menjaga Interaksi yang Penuh Arti.

Membentuk dan memelihara interaksi dengan orang lain merupakan salah satu keinginan orang terbesar dalam hidup. Sebagian besar waktu yang Anda habiskan dalam komunikasi interpersonal digunakan buat membentuk dan juga memelihara interaksi sosial dengan orang di sekitar.

4. Mengubah Sikap dan Tingak Laku.

Pada umumnya, setiap orang menggunakan sebagian waktunya buat mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan rendezvous komunikasi interpersonal. Misalnya Anda mungkin saja membeli barang tertentu, melihat film, menulis buku, membaca buku, dan lain- lain. Pada intinya, setiap orang banyak memanfaatkan waktunya terlibat dalam komunikasi interpersonal.

5. Untuk Bermain dan Kesenangan.

Dalam hal ini, bermain meliputi seluruh kegiatan yang memiliki tujuan primer mencari kesenangan, misalnya berdiskusi, bercerita lucu, dan lain-lain. Komunikasi interpersonal seperti ini mampu menciptakan ekuilibrium dalam pikiran yang membutuhkan rileks dari aktivitas rutin.

6. Untuk Membantu Para Pakar

Tujuan komunikasi interpersonal ialah untuk membantu para pakar kejiwaan, pakar psikologi, para terapi biasanya memakai komunikasi interpersonal ketika berhadapan dengan kliennya. Semua orang pun berfungsi membantu orang di sekitarnya dalam hubungan interpersonal sehari-hari, misalnya berkonsultasi dengan teman yang terkena masalah, berkonsultasi tentang pekerjaan, dan lain-lain (Arni Muhammad, 2004, p. 165-168).

Dapat disimpulkan bahwa ketika melakukan komunikasi interpersonal, setiap individu dapat mempunyai tujuan yang berbeda-beda, sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

2.2.3. Komunikasi Kelompok

2.2.3.1. Pengertian Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan.

Sasa Djuarsa Sendjaja dalam bukunya Teori Komunikasi mengartikan komunikasi kelompok sebagai berikut:

“Komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian. Sejak lahir sudah mulai bergabung dengan kelompok primer yang paling dekat, yaitu keluarga. Kemudian seiring dengan perkembangan usia dan

kemampuan intelektualitas, masuk dan terlibat dalam kelompok-kelompok sekunder seperti sekolah, lembaga agama, tempat pekerjaan dan kelompok-kelompok sekunder lainnya yang sesuai dengan minat ketertarikan.” (1994:89).

Sedangkan Burhan Bungin mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul Sosiologi Komunikasi:

“Kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi diantara mereka. Sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok itu.” (2009:270).

Komunikasi kelompok merupakan hubungan antara manusia dengan masyarakat secara dialektis dalam eksternalisasi, objektifitas, dan internalisasi. Eksternalisasi adalah pencurahan kehadiran manusia, baik dalam aktifitas maupun mentalitas. Melalui eksternalisasi, manusia mengekspresikan dirinya dengan membangun dunianya. Objektifitas adalah disandangnya produk-produk aktifitas suatu realitas yang berhadapan dengan para produsennya (manusia) dalam suatu kefaktaan yang eksternal terhadap yang lain, dari pada produsennya sendiri. Internalisasi adalah peresapan kembali realitas oleh manusia dan mentransformasikannya sekali lagi struktur-struktur dunia objektif ke dalam struktur-struktur kesadaran subjektif. Komunikasi kelompok dapat dikatakan sebagai disiplin karena komunikasi kelompok ini mempunyai ruang lingkup, menunjukkan kemajuan dalam pengembangan teori serta mempunyai metodologi riset, kritik, dan penerapan.

2.2.3.2. Klasifikasi Kelompok dan Karakteristik Komunikasinya

Telah banyak klasifikasi kelompok yang dilahirkan oleh para ilmuwan sosiologi, namun dalam kesempatan ini kita sampaikan hanya tiga klasifikasi kelompok.

- Kelompok primer dan sekunder.

Charles Horton Cooley (1909) dalam Jalaludin Rakhmat (1994), mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggotaa-nggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

- Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan.\

Theodore Newcomb (1930) dalam Jalaludin Rakhmat (1994), melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu.

Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (*standard*) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

- Kelompok deskriptif dan kelompok preskriptif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) dalam Jalaludin Rakhmat (1994), membagi kelompok menjadi dua yaitu deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan

melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga, yaitu

- a. kelompok tugas,
- b. kelompok pertemuan dan,
- c. kelompok penysadar.

Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penysadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder non-personal.
3. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada

aspek isi, sedangkan kelompok primer adalah sebaliknya.

4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
5. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal (Rakhmat, 1994).

Komunikasi kelompok bersifat langsung dan tatap muka. Komunikasi organisasional tidak perlu langsung, dan sering kali memang tidak. Komunikasi kelompok agak kurang dipengaruhi emosi dan lebih cenderung melibatkan pengaruh antar pribadi sebagai kebaikan dan pemuasan sasaran yang rasional.

2.2.3.3. Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi

Pengaruh-pengaruh komunikasi dalam suatu kelompok akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut dengan pengertiannya.

1. Konformitas

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang *real* atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok, aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

2. Fasilitasi sosial

Fasilitasi (dari kata Prancis *facile*, artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonc (1965) menjelaskan bahwa kehadiran orang lain dianggap menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya didepan orang yang menggairahkan kita. Energi yang meningkat akan mempertinggi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang kita kuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang benar, terjadi peningkatan prestasi. Bila respon dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah, respon yang dominan adalah respon yang benar karena itu, peneliti-peneliti melihat melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

3. Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menentang lebih keras (Jalaluddin Rakhmat, 1994).

2.2.3.4. Fungsi-fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam suatu masyarakat dicerminkan oleh

adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut antara lain adalah, fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuat keputusan, serta terapi. Semua fungsi ini di manfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri.

1. Fungsi pertama adalah menjalin hubungan sosial dalam artian bagaimana kelompok tersebut dapat membentuk dan memelihara hubungan antara 10 para anggotanya dengan memberikan kesempatan melakukan berbagai aktivitas rutin yang informal, santai, dan menghibur.
2. Fungsi kedua adalah pendidikan yang mana mempunyai makna bagaimana sebuah kelompok baik secara formal maupun informal berinteraksi untuk saling bertukar pengetahuan. Fungsi pendidikan ini sendiri sangat bergantung pada 3 faktor, yang pertama adalah jumlah informasi yang di kontribusikan oleh setiap anggota, yang kedua adalah jumlah partisipan yang ikut di dalam kelompok tersebut, dan yang terakhir adalah berapa banyak interaksi yang terjadi di dalam kelompok tersebut. Fungsi ini juga akan efektif jika setiap anggota juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang berguna bagi anggotanya.
3. Fungsi ketiga adalah persuasi, dalam fungsi ini, seorang anggota berusaha mempersuasikan anggota kelompok lainnya untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang di inginkannya. Seseorang yang terlibat dalam usaha usaha persuasif didalam kelompoknya memiliki resiko untuk tidak diterima oleh anggota kelompok nya yang lain, apabila hal yang di usulkannya tersebut bertentangan dengan norma norma kelompoknya, maka justru dia dapat menyebabkan konflik di dalam kelompok dan dapat

membahayakan posisinya di dalam kelompok tersebut.

4. Fungsi keempat adalah pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, disini kelompok berguna untuk mencari solusi dari permasalahan permasalahan yang tidak dapat di selesaikan oleh anggotanya, serta mencari alternatif untuk menyelesaikan, sedangkan pembuatan keputusan bertujuan untuk memilih salah satu dari banyak nya alternatif solusi yang keluar dari proses pemecahan masalah tersebut.
5. Fungsi kelima adalah terapi. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan persoalannya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

Jalaluddin Rakhmat, John Dewey dalam Littlejohn menjelaskan bahwa fungsi komunikasi kelompok itu terbagi menjadi 6, antara lain

1. Mengungkapkan kesulitan.
2. Menjelaskan permasalahan.
3. Menganalisis masalah.
4. Menyarankan solusi.
5. Membandingkan alternatif dan menguji mereka dengan tujuan dan kriteria berlawanan.
6. Mengamalkan solusi yang terbaik (Littlejohn, 2008).

2.2.3.5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keefektifan Kelompok

Menurut Jalaluddin Rakhmat, Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan, yaitu

- a. melaksanakan tugas kelompok
- b. memelihara moral anggota-anggotanya.

Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi (*performance*) tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan (*satisfaction*). Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok.

Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu

1. ukuran kelompok
2. jaringan komunikasi.
3. kohesi kelompok.
4. Kepemimpinan (Jalaluddin Rakhmat, 1994).

2.2.4. Remaja

2.2.4.1. Pengertian Remaja

Remaja adalah waktu manusia berumur belasan tahun. Pada masa remaja manusia tidak dapat disebut sudah dewasa tetapi tidak dapat pula disebut anak-anak. Remaja berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”. Istilah *adolensence* memiliki arti yang lebih luas lagi

yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik. Pada masa ini sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga termasuk golongan dewasa atau tua.

Calon (dalam Monks, 1994) mengatakan bahwa, “Masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak- anak”.

Sementara menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53), “Masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak- anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa”. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi perempuan dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi laki-laki.

Zakiah Darajat (1990: 23) dalam buku Pendekatan Psikologis dan Fungsi Keluarga Dalam Menanggulangi Kenakalan Remaja mendefinisikan remaja adalah “Masa remaja adalah masa peralihan diantara masa kanak- kanak dan dewasa, dalam masa ini anak mengalami masa pertumbuhan dan masa dewasa. Dalam masa ini anak mengalami masa pertumbuhan dan masa perkembangan fisiknya maupun perkembangannya psikisnya. Mereka bukanlah anak- anak baik bentuk badan ataupun cara berfikir atau bertindak, tapi bukan pula anak dewasa yang telah matang” (1990: 23).

Santrock (2003: 26) dalam buku Perkembangan Remaja mengatakan hal senada mengenai remaja yaitu

“Adolensence diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak- anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial- emosional” (2003:26).

Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara usia 12 tahun sampai dengan 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya di bedakan atas tiga yaitu, 12-15 tahun adalah masa remaja awal, 15-18 tahun adalah masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun adalah masa remaja akhir. Akan tetapi Monks, Koners, dan Haditono membedakan masa remaja menjadi empat bagian yaitu, Masa pra- remaja 10-12 tahun, masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja pertengahan 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun.

2.2.4.2. Tahapan Remaja

Menurut Sarwono (2011) ada tiga tahap perkembangan remaja, yaitu

1. Remaja awal (*early adolescence*) usia 11-13 tahun

Seorang remaja pada tahap ini masih heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya. Remaja mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis. Pada tahap ini remaja awal sulit untuk mengerti dan dimengerti oleh orang dewasa. Remaja ingin bebas dan mulai berfikir abstrak.

2. Remaja Madya (*middle adolescence*) 14-16 tahun

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan teman-teman. Remaja merasa senang jika banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan "*narcistic*", yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat yang sama pada dirinya. Remaja cenderung berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana. Pada fase remaja madya ini mulai timbul keinginan untuk berkencan dengan

lawan jenis dan berkhayal tentang aktivitas seksual sehingga remaja mulai mencoba aktivitas-aktivitas seksual yang mereka inginkan.

3. Remaja akhir (*late adolescence*) 17-20 tahun

Tahap ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa yang ditandai dengan pencapaian 5 hal, yaitu

- a. Minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
- b. Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang dan dalam pengalaman-pengalaman yang baru.
- c. Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d. Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri).
- e. Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan publik (Sarwono, 2011).

2.2.4.3. Perkembangan Remaja

Lebih lanjut, Sarwono (2011) menjelaskan perkembangan remaja diantaranya

1. Perkembangan fisik

Perubahan fisik terjadi dengan cepat pada remaja. Kematangan seksual sering terjadi seiring dengan perkembangan seksual secara primer dan sekunder. Perubahan secara primer berupa perubahan fisik dan hormon penting untuk reproduksi, perubahan sekunder antara laki-laki dan perempuan berbeda (Potter & Perry, 2009).

Pada anak laki-laki tumbuhnya kumis dan jenggot, jakun dan suara membesar. Puncak kematangan seksual anak laki-laki adalah dalam

kemampuan ejakulasi, pada masa ini remaja sudah dapat menghasilkan sperma. Ejakulasi ini biasanya terjadi pada saat tidur dan diawali dengan mimpi basah (Sarwono, 2011).

Pada anak perempuan tampak perubahan pada bentuk tubuh seperti tumbuhnya payudara dan panggul yang membesar. Puncak kematangan pada remaja wanita adalah ketika mendapatkan menstruasi pertama (menarche). Menstruasi pertama menunjukkan bahwa remaja perempuan telah memproduksi sel telur yang tidak dibuahi, sehingga akan keluar bersama darah menstruasi melalui vagina atau alat kelamin wanita (Sarwono, 2011).

2. Perkembangan emosi

Perkembangan emosi sangat berhubungan dengan perkembangan hormon, dapat ditandai dengan emosi yang sangat labil. Remaja belum bisa mengendalikan emosi yang dirasakannya dengan sepenuhnya (Sarwono, 2011).

3. Perkembangan kognitif

Remaja mengembangkan kemampuannya dalam menyelesaikan masalah dengan tindakan yang logis. Remaja dapat berfikir abstrak dan menghadapi masalah yang sulit secara efektif. Jika terlibat dalam masalah, remaja dapat mempertimbangkan beragam penyebab dan solusi yang sangat banyak (Potter & Perry, 2009).

4. Perkembangan psikososial

Perkembangan psikososial ditandai dengan terikatnya remaja pada kelompok sebaya. Pada masa ini, remaja mulai tertarik dengan lawan jenis.

Minat sosialnya bertambah dan penampilannya menjadi lebih penting dibandingkan sebelumnya. Perubahan fisik yang terjadi seperti berat badan dan proporsi tubuh dapat menimbulkan perasaan yang tidak menyenangkan seperti, malu dan tidak percaya diri (Potter& Perry, 2009).

2.2.4.4. Karakteristik Perkembangan Sifat Remaja

Menurut Ali (2011), karakteristik perkembangan sifat remaja yaitu

1. Kegelisahan.

Sesuai dengan masa perkembangannya, remaja mempunyai banyak anganangan, dan keinginan yang ingin diwujudkan di masa depan. Hal ini menyebabkan remaja mempunyai anganangan yang sangat tinggi, namun kemampuan yang dimiliki remaja belum memadai sehingga remaja diliputi oleh perasaan gelisah.

2. Pertentangan

Pada umumnya, remaja sering mengalami kebingungan karena sering mengalami pertentangan antara diri sendiri dan orang tua. Pertentangan yang sering terjadi ini akan menimbulkan kebingungan dalam diri remaja tersebut.

3. Mengkhayal

Keinginan dan angan-angan remaja tidak tersalurkan, akibatnya remaja akan mengkhayal, mencari kepuasan, bahkan menyalurkan khayalan mereka melalui dunia fantasi. Tidak semua khayalan remaja bersifat negatif. Terkadang khayalan remaja bisa bersifat positif, misalnya menimbulkan ide-ide tertentu yang dapat direalisasikan.

4. Akitivitas berkelompok

Adanya bermacam-macam larangan dari orangtua akan mengakibatkan kekecewaan pada remaja bahkan mematahkan semangat para remaja. Kebanyakan remaja mencari jalan keluar dari kesulitan yang dihadapi dengan berkumpul bersama teman sebaya. Mereka akan melakukan suatu kegiatan secara berkelompok sehingga berbagai kendala dapat mereka atasi bersama.

5. Keinginan mencoba segala sesuatu

Pada umumnya, remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (*high curiosity*). Karena memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, remaja cenderung ingin berpetualang, menjelajahi segala sesuatu, dan ingin mencoba semua hal yang belum pernah dialami sebelumnya (Ali & Asrori, 2011).

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Fenomenologi Alfred Schutz

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaiman kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubjektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui oleh semua orang.
2. Ilmu pengetahuan yang intersubjektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubjektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Ada beberapa tipikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubjektivitas, antara lain

1. Tipifikasi pengalaman (semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum).
2. Tipifikasi benda-benda (merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu).
3. Tipifikasi dalam kehidupan sosial (yang dimaksud sosiolog sebagai system, role status, role expectation dan institutionalization itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Schutz mengidentifikasi empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *umwelt*, *mitwelt*, *folgewelt* dan *vorwelt*.

1. *Umwelt*, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
2. *Mitwelt*, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia

keseharian.

3. *Folgewelt*, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang.
4. *Volwelt*, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Inti Pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge* (Kuswarno, 2009: 18).

2.4. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membuat dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Istilah Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’. Istilah ini diperkenalkan oleh Johann Heirinckh. Istilah fenomenologi apabila dilihat lebih lanjut berasal dari dua kata yakni; *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak, dan *logos* yang berarti ilmu. Yang menjadi pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl. Husserl yang dikutip Kuswarno dalam bukunya Fenomenologi

menyatakan bahwa:

“Fenomenologi merupakan ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi , atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena atau studi tentang fenomena yang tampak di depan kita dan bagaimana menampaknya” (2009:1).

Maka fenomenologi dapat diartikan sebagai ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Lebih lanjut, Kuswarno menyebutkan bahwa Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).

Tujuan utama dari fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara etnis, karena fenomena itu sendiri tiada lain adalah fakta yang disadari dan masuk kedalam pemahaman manusia. Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan, seperti

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?

4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui oleh semua orang.
2. Ilmu pengetahuan yang intersubyektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubyektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Kemudian penggunaan metode fenomenologi (*phenomenological method*) memfokuskan kepada pemahaman atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut Stephen W, Littlejohn yang dikutip oleh Engkus Koswara dalam metode penelitian komunikasi bahwa "*Phenomenology Makes Actual Lived Experience The Basic Data Of Reality*". (Little John, 1996 :204). Jadi fenomenologi menjadikan pengalaman terhadap yang sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi (*Phenomenology*) dapat diartikan sebagai studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala atau kejadian dipahami melalui pengalaman secara sadar (*Councious Experience*). Penjelasan tersebut memberikan gambaran bagaimana teori tersebut berusaha memperdalam pemahaman remaja dalam memahami anak punk.

Bila dikaitkan dengan fenomenologi maka peneliti mencoba menggunakan teori di atas menjelaskan bahwa setiap remaja (Objek) mempunyai sudut pandang berbeda dalam memaknai fenomena anak punk, atau dengan kata lain tiap-tiap

individu akan mengalami pemaknaan yang berbeda dalam memahami fenomena tersebut. Dari penjelasan diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut

Table 2.1. Bagian Kerangka Pemikiran



Sumber : Teori Fenomenologi Alfred Schutz 1949, dan Modifikasi Peneliti Tahun 2023.