BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

Pada bab ini menerangkan tentang pengertian serta konsep dari judul penelitian yang peneliti lakukan.

1. Perilaku Komunikasi

Perilaku merupakan tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahw yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitasmanusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.

[17]

Definisi perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tingkah laku, tanggapan seseorang terhadap lingkungan.[18] Perilaku komunikasi adalah merupakan perbuatan/tindakan dan perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan dan dicatat oleh orang lain ataupun orang yang melakukannya.[19] Sedangkan dari sudut biologis, perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan, yang dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan secara operasional, perilaku dapat diartikan suatu suatu respons organisme

---

[17] S. Notoatmodjo, *MetodologiPenelitianKesehatanEdisiRevisi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2005, hlm. 113-114

[18] Bambang Marhiyanto, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Victory Inti Cipta, hlm. 380

[19] bocahbancar.files.wodpress.com/2009/01/pertemuan-i-perilaku.ppt diakses pada tanggal 20 September 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau seseorang terhadap rangsangan dari luar subyek tersebut. Tindakan *(practice)* merupakan suat sikap pada diri individu belum tentu terwujud dalam suatu tindakan. Agar sikap terwujud dalam perilaku nyata diperlukan faktor pendukung dan fasilitas.

Pada dasarnya perilaku komunikasi merupakan interaksi dua arah, dimana seseorang terlibat di dalamnya berusaha menciptakan dan menyampaikan informasi kepada penerima. Dalam hal ini sumber dan penerima harus mengformulasikan, menyampaikan serta menanggapi pesan tersebut secara jelas, lengkap dan benar. Dengan demikian perilaku komunikasi tidak lain dari bagaimana cara melakukai komunikasi dan sejauh mana hasil yang mungkin diperoleh dengan cara tersebut.

Perilaku komunikasi dikategorikan sebagai perilaku yang terjadi dalam berkomunikasi verbal maupun non verbal, yaitu bagaimana pelaku (sumber dan penerima) mengelola dan mentransferkan suatu pesan. Di sini sumber seharusnya meng formulasikan dan menyampaikan pesan secara jelas, lengkap dan benar. Sementara pihak yang menerima (penerima) diharapkan menanggapi pesan seperti apa yang dimaksud oleh sumber.

Dalam perilaku komunikasi, dapat ditelusuri sampai cara seseorang memberikan makna pada sebuah kata.Sebuah kata dapat diartikan secara berbeda karena kerangka budaya yang berbeda. “Betapa sering kita menganggap hanya satu makna bagi kata atau isyarat tertentu. Padahal setiap pesan verbal atau non–verbal dapat ditafsirkan dengan berbagai cara. Bergantung pada konteks budaya di mana pesan tersebut berada”.[20] Dalam

[20] Deddy Mulyana,*IlmuKomunikasi:SuatuPengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebuah buku yang berjudul: ”perilaku manusia” Leonard F. Polhaupessy. Menguraikan perilaku adalah sebuah gerakan yang dapat diamati dari luar, seperti orang berjalan, naik sepeda, dan mengendarai mobil atau motor. Skiner, seorangahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar).

Jadi perilaku komunikasi adalah respon atau reaksi seseorang yang berkecenderungan untuk bertindak terhadap sesuatu yang digunakan sebagai pemberian makna pada kata-kata dalam berkomunikasi. Secara khusus, mengacu pada kecenderungan orang untuk mengungkapkan perasaan, kebutuhan, dan pikiran dengan cara pesan tidak langsung dand ampak perilaku.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi

Perilaku seseorang itu ditentukan oleh berbagai kebutuhan untuk memenuhi tujuan adalah tindakan akhir yang paling disuka dari suatu objek. Perilaku itu terjadi karena adanya dorongan-dorongan dari dalam diri seseorang itu sendiri. Yang dipikirkan, dipercayai dan apa yang dirasakan. Dorongan-dorongan itulah yang disebut motivasi. Motivasi adalah faktor yang menyebabkan suatu aktifitas tertentu menjadi dominan, apabila dibandingkan aktifitas-aktifitas lainnya.[21]

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematik antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan

2004, hlm. 95.

[21] A. M. Moefad, *Perilaku Individu dalam Masyarakat,* Jombang: El-Deha Press, 2007, hlm. 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.[22] Ada beberapa definisi tentang motif:

Sherif & Sherif : motif sebagai suatu istilah generic yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan *(needs)* yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi, dan selera sosial, yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut.

Giddens: motif sebagai impuls atau dorongan yang memberi energy pada tindakan manusia sepenjang lintasan kognitif/perilaku kearah pemuasan kebutuhan. Menurut Giddens, motif tak harus dipersepsikan secara sadar. Ia lebih merupakan suatu "keadaan perasaan".

Harold Koontz dan kawan-kawan dalam buku Management, mengutip pendapat Berelson dan steiner, mengemukakan bahwa motif adalah suatu keadaan dari dalam yang member kekuatan, yang menggiatkan, yang menggerakkan atau menyalurkan perilaku ke arah tujuan-tujuan.[23]

Dari berbagai macam pendapat dari para ahli di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan. Motif juga merupakan suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang mencukupi semua penggerak,

---

[22] M. Nur Ghufron Dan Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), Hal 83

[23] Alex Sobur, *Psikologi Umum*, *Dalam Lintas Sejarah* (Bandung: Pustaka Setia, 2003) hal 267

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksud-maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia.

Perilaku seseorang itu ditentukan oleh berbagai kebutuhan untuk memenuhi tujuan adalah tindakan akhir yang paling disuka dari suatu objek. Perilaku itu terjadi karena adanya dorongan-dorongan dari dalam diri seseorang itu sendiri. Yang dipikirkan, dipercayai dan apa yang dirasakan. Dorongan-dorongan itulah yang disebut motivasi. Motivasi adalah faktor yang menyebabkan suatu aktifitas tertentu menjadi dominan, apabila dibandingkan aktifitas-aktifitas lainnya.[24]

Para ahli psikologi mengklasifikasikan motif yang ada dalam diri manusia ke dalam beberapa golongan, yaitu:[25]

a. Motif primer dan sekunder

Ciri pokok yang membedakan suatu motif tergolong dalam motif primer berdasarkan pada keadaan fisiologis manusia, sedangkan motif sekunder tidak berhubungan dengan keadaan fisiologis manusia.

Motif primer juga tidak bergantung pada pengalaman seseorang, sedangkan motif sekunder sangat bergantung pada pengalaman seseorang.

[24] A. M. Moefad, *Perilaku Individu dalam Masyarakat,* Jombang: El-Deha Press, 2007, hlm. 17.
[25] Alex Sobur, *Psikologi Umum*, *Dalam Lintas Sejarah* (Bandung: Pustaka Setia, 2003) hal 294

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Motif entrinsik dan motif ekstrinsik

Motif intrinsik merupakan motif yang berfungsi tanpa harus dirangsang dari luar, karena dalam diri individu memang telah ada dorongan itu. Sedangkan motif ekstrinsik ialah motif-motif yang berfungsi karena ada rangsang dari luar.

c. Motif tunggal dan motif bergabung

Berdasarkan banyaknya motif yang bekerja di belakang tingkah laku manusia, motif dapat dibagi menjadi motif tunggal dan motif bergabung.

d. Motif mendekat dan motif menjauh

Suatu motif disebut motif mendekat bila reaksi terhadap stimulus yang datang bersifat mendekati stimulus. Sedangkan motif menjauh bila respon terhadap situmulus yang datang sifatnya menghindari stimulus atau menjauhi stimulus yang datang.

e. Motif sadar dan motif tak sadar

Klasifikasi motif ini didasarkan pada taraf kesadaran manusia terhadap motif yang sedang melatar belakangi tingkah laku.

f. Motif biogenetic, sosiogenetis dan teogeneis.

Motif biogenetis merupakan motif-motif yang berasal dari kebutuhan organisme orang demi kelanjutan kehidupannya secara biologis. Motif sosiogenetis adalah motif-motif yang dipelajari orang yang berasal dari lingkungan kebudayaan tempat orang itu berada dan berkembang. Sedangkan motif teogenetis merupakan motif-motif yang berasal dari interaksi antara manusia dan Tuhan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara garis besar ada dua faktor: faktor biologis dan faktor sosiopsikologis. Kita mulai dengan faktor yang pertama:[26]

a. Faktor Biologis

Faktor biologis terlibat dalam seluruh kegiatan manusia, bahkan berpadu dengan faktor-faktor sosiopsikologis. Warisan biologis manusia sangatlah menentukan perilakunya. Karena begitu besarnya pengaruh ini sampai memunculkan aliran baru yang memandang segala kegiatan manusia, termasuk agama, kebudayaan, moral, berasal dari struktur biologinya. Aliran ini menyebut dirinya sebagai aliran sosiobiologi.

Selain itu diakui pula adanya faktor-faktor biologis yang mendorong perilaku manusia yang biasa disebut sebagai motif biologis. Yang paling penting dari motif biologis antara lain kebutuhan akan makanan-minuman, dan istirahat (visceral motives), kebutuhan seksual, dan kebutuhan memelihara kelangsungan hidup dengan menghindari sakit dan bahaya.

b. Faktor Sosiopsikologis

Karena manusia makhluk sosial, dari proses sosial ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Kita dapat mengklasifikasinya ke dalam tiga komponen yaitu, komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konatif. Komponen afektif merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Komponen kognitif

[26] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi,* Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991, hlm. 34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah aspek intelektual yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. Komponen afektif terdiri dari motif sosiogenis, sikap dan emosi.

Motif Sosiogenis, sering juga disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis), sebetulnya bukan motif "anak bawang". Peranannya dalam membentuk perilaku social bahkan sangat menentukan. Berbagai klasifikasi motif sosiogenis disajikan dibawah ini.

W.I. Thomas dan Florian Znaniecki:

- Keinginan memperoleh pengalaman baru
- Keinginan untuk mendapat respons
- Keinginan akan pengakuan;
- Keinginan akan rasa aman.

David McClelland:

- Kebutuhan berprestasi (need for achievement)
- Kebutuhan akan kasih sayang (need for affiliation)
- Keinginan berkuasa (need of power).

Abraham Maslow:

- Kebutuhan akan rasa aman (safety needs)
- Kebutuhan akan keterikatan dan cinta(belongingness and love needs)
- Kebutuhan akan penghargaan (esteem needs)
- Kebutuhan untuk pemenuhan diri (self-actualization)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melvin H.Marx:

- Kebutuhan organismis:
  - motif ingin tahu *(curiosity)*
  - motif kompetensi *(competence)*
  - motif prestasi *(achievement)*
- Motif-motif sosial:
  - motif kasih sayang (affiliation)
  - motif kekuasaan (power)
  - motif kebebasan (independence)

Klasifkasi di atas tidakmenunjukan perbedaan yang tegas. Kalau tidak terjadi perulanagn dengan istilah lain (seperti motif, prestasi dengan motif, pemenuhan diri), maka yang terjadi adalah penambahan. Secara singkat, motif sosiogenis di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Motif ingin tahu: mengerti, menata, dan menduga *(predictability).* Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya. Kita memerlukan kerangka rujukan *(frame of reference)* utnuk mengevaluasi situasi baru dan mengarahkan tindakan yang sesuai. Orang tidak sabar dalam suasana ambigu, tidak menentu, atau sukar diramalkan. Karena kecenderungan untuk memberi arti pada apa yang dialami, bila informasi yang diperoleh terbatas, orang akan mencari jawaban sendiri; orang akan menarik kesimpulan tanpa menunggu sampai informasi itu lengkap lebih dahulu. Bila terjadi tiba-tiba hujan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebat, orang akan menafsirkan gejala yang aneh ini kemungkinan pada Pak Bakil kaya yang meninggal sore tadi.

2. Motif kompetensi: setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan apapun. Perasaan mampu amat bergantung pada perkembangan intelektual, social dan emosional. Motif kompetensi hubungan eratnya dengan kebutuhan akan rasa aman. Kita ingin memperoleh jaminan rasa tua; kita ingin anak kita sekolah dengan baik sehingga merupakan investasi ekonomi. Bila orang sudah memenuhi kebutuhan biologinya, dan yakin bahwa masa depannya gemilang, Ia dianggap sudah memenuhi kebutuhannya akan kemampuan diri (kompetensi).
3. Motif cinta: sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Orang ingin diterima dikelompoknya sebagai anggota sukarela bukan yang sukar rela. Kehangatan persahabatan, ketulusan kasih saying, penerimaan orang lain yang hangat amat dibutuhkan manusia. Berbagai penelitian membuktikan bahwa kebutuhan akan kasih saying yang tidak terpenuhi menimbulkan perilaku manusia yang kurang baik; orang akan menjadi agresif, kesepian, frustasi, bunuh diri (Packard, 1974)
4. Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas: erat kaitannay dengan kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasi sayang, ialah kebutuhan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menunjukkan eksistensi di dunia. Kita ingin kehadiran kita bukan saja dianggap bilangan, tapi juga diperhitungkan. Karena itu, bersamaan akan kebutuhan harga diri, orang mencari identitas dirinya. Hilangnya identitas diri akan menimbulkan perilaku yang patologis (penyakit): impulsive, gelisah, mudah terpengaruh dan sebagainya.

5. Kebutuhan akan nilai, dambaan dan makna kehidupan. Dalam memahami gejolak kehidupan, manusia membutuhkan nila-nilai untuk menuntunnya dalama mengambil keputusan atau memberikan makna dalam kehidupannya. Termasuk ke dalam motif ini ialah motif keagamaan. Bila manusi akehilangan nilai, tidak tahu apa tujuan hidup sebenarnya, ia tidak memiliki kepastian untuk bertindak. Dengan demikian, ia akan lekas putus asa dan kehilangan pegangan.
6. Kebutuhan akan pemenuhan diri. Kita bukan saja ingin mempertahankan kehidupan, kita juga ingin meningkatkan kualitas kehidupan kita, kita ingin memenuhi potensi kita. Dengan ucapan Maslow sendiri. “what a man can be he must be”. Kebutuhan akan pemenuhan diri dilakukan dalam berbagai bentuk: Mengembangkan dan menggunakan potensi kita dengan cara yang kreatif konstruktif, misalnya dengan seni, musik, sains, atau hal-hal yang mendorong ungkapan diri yang kreatif. Memperkaya kualitas kehidupan dengan memperluas rentangan dan kualitas pengalaman serta pemuasan, misalnya dengan jalan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

darmawisata. Membentuk hubungan yang hangat dan berarti dengan orang-orang lain disekitar kita. Berusaha “memanusia”, menjadi pesona yang kita dambakan.

a. Faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Selain beberapa faktor di atas, terdapat juga faktor situasional yang mampu mempengaruhi perilaku komunikasi manusia. Edward G. Sampson merangkum seluruh faktor situasional sebagai berikut:

1. Faktor Ekologis

Kaum determinisme lingkungan sering menyatakan bahwa keadaan mempengaruhi gaya hidup dan perilaku. Banyak orang menghubungkan kemalasan bangsa Indonesia pada mata pencaharian bertani dan matahari yang selalu bersinar setiap hari. Sebagain pandangan mereka telah diuji dalam berbagai penelitian, seperti efek temperature pada tindakan kekerasan, perilaku interpersonal, dan suassna emosional. Yang belum diteliti, antara lain pengaruh temperatur ruangan pada efektivitas komunikasi.

2. Faktor Rancangan dan Arsitektural.

Dewasa ini telah tumbuh perhatian di kalangan para arsitek pada pengaruh lingkungan yang dibuat oleh manusia terhadap perilaku penghuninya. Satu rancangan arsitektur dapat mempengaruhi pola komunikasi di antara orang orang yang hidup dalam naungan arsitektural tertentu. Osmond (1957) dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sommer (1969) membedakan antara design bangunan yang mendorong orang untuk berinteraksi (socio petal) dan rancangan bangunan yang menyebabkan orang menghindari interaksi (socio fugal). Pengaturan ruangan juga telah terbukti mempengaruhi pola pola perilaku yang terjadi ditempat itu.

3. Faktor Temporal

Telah banyak diteliti pengaruh waktu terhadap bioritma manusia. Misalnya, dari tengah malam sampai pukul 4 fungsi tubuh manusia berada pada tahap yang paling rendah tapi pendengaran sangat tajam; pada pukul 10, bila anda orang introvert, konsentrasi dan daya ingat anda mencapai puncaknya; pada pukul 3 sore orang orang ekstrovert mencapai puncak dalam kemampuan analis dan kreatifitas tanpa mengetahui bioritma sekalipun banyak kegiatan kita diatur berdasarkan waktu; makan, pergi ke sekolah, bekerja, beristirahat, berlibur, beribadat, dan sebagainya. Satu pesan komunikasi yang disampaikan pada pagi hari akan memberikan makna yang lain bila disampaikan tengah malam. Jadi, yang mempengaruhi manusia bukan saja dimana mereka berada tetapi juga bilaman mereka berada.

4. Suasana Perilaku *(Behaviour Settings)*

Selama bertahun tahun, Roger Barker dan rekan rekannya meneliti efek lingkungan terhadap individu. Lingkungan dibaginya ke dalam beberapa satuan yang terpisah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang disebut suasana perilaku. Pesta, ruangan kelas, took, rumah ibadat, pemandian, bioskop, adalah contoh contoh suasana perilaku. Pada setiap suansan terdapat pola pola hubungan yang mengatur perilaku orang orang didalamnya. Di masjid orang tidak akan berteriak keras, seperti dalam pesta orang tidak akan melakukan upacara ibadat. Dalam suatu kampanye di lapangan terbuka, komunikator akan menyusun dan menyampaikan pesan dengan cara yang berbeda dari pada ketika ia berbicara di hadapan kelompok kecil di ruang rapat partainya.

5. Teknologi

Pengaruh teknologi terhadap perilaku manusia sudah sering dibicarakan orang. Revolusi teknologi sering disusul dengan revolusi dalam perilaku social. Alvin Tofler melukiskan tiga gelombang peradaban manusia yang terjadi sabagai akibat perubahan teknologi. Lingkungan teknologis *(technosphere)* yang meliputi system produksi, dan system distribusi, membentuk serangkaian perilaku social yang sesuai dengannya *(sociosphere).* Bersamaaan dengan itu tumbuhlah pola pola penyebaran informasi *(infosphere)* yang mempengaruhi suasana kejiwaan *(psychosphere)*setiap anggota masyarakat. Dalam ilmu komunikasi, Marshall McLuhan (1964) memnunjukan bahwa bentuk teknologi komunikasi lebih penting daripada isi media komunikasi. Misalnya, kelahiran mesin cetak mengubah masyarakat tribal menjadi masyarakat yang logis dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individualis; sedangkan kelahiran televisi membawa manusia kembali kepada kehidupan noe/tribal.

6. Faktor-faktor Sosial

System peranan yang ditetapkan dalam suatu masyarakat, struktur kelompok dan organisasi, karakteristik populasi, adalah faktor faktor social yang menata perilaku manusia. Dalam organisasi, hubungan antara anggota dengan ketua diatur oleh system perana dan norma-norma kelompok. Besar/kecilnya orgaisasi akan mempengaruhi jaringan komunikasi dan system pengambilan keputusan. Karakteristik populasi seperti usia, kecerdasan, karakteristik biologis, mempengaruhi pola pola perilaku anggot aanggota populasi itu. Kelompok orang tua melahirkan pola perilaku yang pasti berbeda dengan kelompok anak anak muda. Dari segi komunikasi, teori penyebaran inovasi (Rogers dan Shoemaker, 1971) dan teoti kritik (Habermas, 1979) memperlihatkan bagaimana system komunikasi sangat dipengaruhi oleh struktur social.

7. Lingkungan Psikososial

Persepsi kita tentang sejauh mana lingkungan memuaskan atau mengecewakan kita, akan mempengaruhi perilaku kita dalam lingkungan itu. Lingkungan dalam persepsi kita lazim di sebut sebagai iklim *(climate)* dalam organisasi, iklim psikososial menunjukan persepsi orang tentang kebebasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individual, keketatan pengawasan, kemungkinan kemajuan. Dan tingkat keakraban. Studi tentang organisasi nasional menunjukan bagaimana iklim organisasi mempengaruhi iklim komunikasi antara atasan dan bawahan, atau diantara orang orang yang menduduki posisi yang sama. Para antropolog telah memperluas istilah iklim ini ke dalam masyarakat secara keseluruhan. Pola pola kebudayaan yang dominan atau ethos, idiologi dan nilai dalam persepsi anggota masyarakat mempengaruhi seluruh perilaku social. Ruth Benedict (1970), misalnya, membedakan antara masyarakat yang mempunyai sinergi tinggi dengan masyarakat yang ber-synergy rendah. Pada masyarakat yang pertama, orang belajar sejak kecil bahwa ganjaran yang diterimanya terpaut erat dengan ganjaran kolektif. Cita-cita perorangan dicapai melalui usaha bersama. Pada masyarakat seperti ini orang cenderung untuk mengurangi kepentingan dirinya, bersifat kompromistis. Perilaku social yang sebaliknya terjadi kepada masyarakat yang ber-sinergi rendah. Margareth Mead (1928), walaupun belakangan dikritik orang mewakili aliran determinisme budaya, yang menunjukan bagaimana nilai nilai yang diserap anak pada waktu kecil mempengaruhi perilakunya di malam hari.

8. Stimuli yang Mendorong dan Memperteguh Perilaku

Beberapa peneliti psikologi sosial seperti Fredericsen Price dan Bouffard (1972), meneliti kendala situasi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempengaruhi kelayakan melakukan perilaku tertentu. Ada situasi yang memberikan tentangan kelayakan perilaku *(behavioral appropriateness)*, seperti situasi di taman, dan situasi yang banyak memberikan kendala pada perilaku, seperti gereja. Situasi yang permisif memungkinkan orang melakukan banyak hal tanpa harus malu. Sabaliknya, situasi restriktif menghambat orang untuk berperilaku sekehendak harinya.

Faktor faktor situasional yang diuraikan diatas tidaklah mengesampingkan faktor-faktor personal yang disebut sebelumnya. Kita mengakui besarnya pengaruh situasi dalam menentukan prilaku manusia. Tetapi manusia memberikan reaksi yang berbeda beda terhadap situasi yang dihadapinya, sesuai denga karakteristik personal yang dimilikinya. Perilaku manusia memang merupakan hasil interaksi yang menarik antara keuniakan individual dengan keumuman situasional.

3. Kamera DSLR Sebagai Tren Anak Muda

Kamera DSLR sebagai tren dan gaya hidup masyarakat kota, sejumlah merek kamera DSLR aktif menggarap komunitas dan konsumen baru. Inilah fenomena gaya hidup baru yang muncul bersamaan dengan tumbuhnya media-media sosial, seperti facebook. Saat ini fotografi berkembang menjadi hobi baru banyak kalangan, orang tua, anak-anak muda, remaja, bahkan anak-anak sekolah dasar. Yang menarik, meskipun wilayah edarnya “cuma” media sosial, kamera yang mereka miliki bukan kamera pocket biasa, melainkan kamera Digital Single Lens Reflex

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(DSLR). Difoto dan menfoto bisa menjadi bentuk refreshing bagi mereka yang memang ikut terbawa arus tren kamera ini. Apalagi, kamera DSLR sekarang user friendly, hanya membutuhkan sedikit teknik fotografi yang tidak terlalu rumit. Jadi, siapa pun pasti bisa kalau mau belajar memotret.

Lahirnya gaya hidup baru fotografi ini memunculkan konsumen baru kamera DSLR yang cukup signifikan. Menurut data Datascrip, total penjualan kamera DSLR di Indonesia pada 2011 naik 40% dibanding tahun sebelumnya. Penjualannya di tahun lalu itu mencapai lebih dari 160 ribu unit. Belum ada data berapa nilai nominalnya. Hanya saja, kalau total penjualannya yang sebanyak 160 ribu itu dikali dengan harga kamera Rp 5 juta, angkanya mencapai Rp 800 miliar. Kalau ditambah dengan harga kamera yang di atas Rp 5 jutaan, nilai pasar (market size) kamera DSLR ini lebih tinggi lagi. Apalagi, di 2012 ini diperkirakan penjualan DSLR akan mencapai 250 ribu unit atau tumbuh 50%.

Tentunya, nilai pasar yang sebesar itu menjadi ladang gurih yang diperebutkan banyak pemain. Masih menurut data Datascrip, pemain DSLR yang dominan adalah Canon yang menguasai pangsa pasar sekitar 70%, diikuti Nikon (30%), serta Sony dan Olympus (masing-masng di bawah 10%). Data ini sejalan dengan data GfK yang pada tahun lalu menyurvei penggunaan kamera DSLR dan mirrorless di tujuh kota besar di Indonesia. Apa yang diungkap dalam data Datascrip ataupun GfK memang sejalan dengan realitas di lapangan. Canon, Nikon adalah pemain utama DSLR. Disusul Sony dan Olympus. Kamera DSLR yang paling laku dari keempat merek tersebut adalah yang berharga Rp 5 jutaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Model kamera yang saat ini paling digemari adalah DSLR mid level. Yang dimaksud mid level adalah kamera seharga Rp 10 jutaan. Dalam khasanah kamera DSLR, ada kategori entry level yang harganya Rp 5 jutaan. Lalu, kamera mid level bagi mereka yang lebih serius dalam fotografi dengan harga Rp 10 jutaan. Serta top level untuk para profesional dan orang-orang yang hobi foto serius dengan harga Rp 20 juta ke atas, bahkan di atas Rp 50 juta.

Saat ini, DSLR Canon menjadi produk paling laris di pasaran. Ada tujuh model kamera DSLR Canon yang dipasarkan Datascrip untuk menyasar tiga segmen penggunanya. Untuk entry level, dipasarkan Canon EOS 1100, EOS 550D dan EOS 600D; mid level, EOS 60D, EOS 7D dan EOS 5D Mark II; dan top level, EOS 1 DX yang dibanderol Rp 60-70 juta.

Seperti halnya produk telekomunikasi, ke depan, teknologi dan penjualan akan terus berkejaran. Adalah tugas para pemain untuk menyinkronkan antara kebutuhan, teknologi, harga dan gaya hidup agar permintaan terhadap kamera DSLR bukan karena sekadar tren, melainkan karena kamera tersebut memang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas gaya hidup masyarakat menengah-atas.

B. Kajian Teoiritis

Teori Atribusi

Sebagai komunikator, terkadang bertanya kepada diri sendiri mengapa seseorang bertingkah laku tertentu, mengapa seseorang melakukan sesuatu hal atau mengapa orang lain melakukan tindakan tertentu. Manusia selalu cenderung ingin mengetahui sikap atau tingkah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lakunya sendiri atau tingkah laku orang lain. Teori atribusi memberikan gambaran yang menarik mengenai tingkah laku manusia. Teori ini memberikan perhatian pada bagaimana seseorang sesungguhnya bertingkah laku. Teori atribusi menjelaskan bagaimana orang menyimpulkan penyebab tingkah laku yang dilakukan diri sendiri atau orang lain. Teori ini menjelaskan proses yang terjadi dalam diri seseorang sehingga memahami tingkah laku seseorang dan orang lain.

Teori atribusi diperkenalkan oleh Fritz Heider (1958) pertama kali. Menurut Heider, setiap individu pada dasarnya adalah seseorang ilmuwan semu *(pseudo scientist)* yang berusaha untuk mengerti tingkah laku orang lain dengan mengumpulkan dan memadukan potongan–potongan informasi sampai mereka tiba pada sebuah penjelasan masuk akal tentang sebab–sebab orang lain bertingkah laku tertentu. Dengan kata lain seseorang itu selalu berusaha untuk mencari sebab mengapa seseorang berbuat dengan cara–cara tertentu. Misalkan ada seseorang melakukan pencurian. Sebagai manusia yang ingin mengetahui penyebab kenapa dia sampai berbuat demikian.

Fritz Heider, pendiri teori atribusi, mengemukakan beberapa pendapat yang mendorong orang memiliki tingkah laku tertentu yaitu:

1. Penyebab situasional (orang dipengaruhi oleh lingkungannya);
2. Adanya pengaruh personal (ingin memengaruhi sesuatu secara pribadi);
3. Memiliki kemampuan (mampu melakukan sesuatu);
4. Adanya usaha (mencoba melakukan sesuatu);

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Memiliki keinginan (ingin melakukan sesuatu);
6. Adanya perasaan (perasaan menyukai sesuatu);
7. Rasa memiliki (ingin memiliki sesuatu);
8. Kewajiban (perasaan harus melakukan sesuatu); dan
9. Diperkenankan (diperbolehkan melakukan sesuatu).[27]

Kecenderungan memberi atribusi disebabkan oleh kecenderungan manusia untuk menjelaskan segala sesuatu (sifat ilmuwan manusia), termasuk apa yang ada dibalik perilaku orang lain. Heider mengungkapkan dua jenis atribusi, yaitu:

1. Atribusi kausalitas (sebab–akibat), yaitu teori yang mempertanyakan apakah perilaku orang lain itu dipengaruhi oleh faktor internal (personal) ataukah faktor eksternal (situasional).
2. Atribusi kejujuran, yang mempertanyakan sejauh mana pernyataan seseorang menyimpang dari pernyataan umum dan sejauh mana orang tersebut mendapatkan keuntungan dari pernyataan yang diajukan.

Fritz Heider adalah yang pertama menelaah atribusi kausalitas. Menurut Heider, bila mengamati perilaku sosial, pertama–tama menentukan dahulu apa yang menyebabkannya, faktor situasional atau personal; dalam teori atribusi lazim disebut kausalitas eksternal (atribusi eksternal) dan kausalitas internal (atribusi internal). Heider membagi sumber atribusi ini menjadi dua, yaitu:

[27] Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm. 75.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Atribusi internal atau atribusi disposisional, yaitu tingkah laku seseorang yang berasal dari diri orang yang bersangkutan yang disebabkan oleh sifat–sifat atau disposisi (unsur psikologis yang mendahului tingkah laku).
2. Atribusi eksternal atau atribusi lingkungan, yaitu tingkah laku seseorang yang berasal dari situasi tempat/lingkungan atau luar diri orang yang bersangkutan.

Fritz Heider adalah yang pertama menelaah atribusi kausalitas. Menurut Heider, bila mengamati perilaku sosial, pertama–tama menentukan dahulu apa yang menyebabkannya, faktor situasional atau personal; dalam teori atribusi lazim disebut kausalitas eksternal (atribusi eksternal) dan kausalitas internal (atribusi internal). Heider membagi sumber atribusi ini menjadi dua, yaitu:

1. Atribusi internal atau atribusi disposisional, yaitu tingkah laku seseorang yang berasal dari diri orang yang bersangkutan yang disebabkan oleh sifat–sifat atau disposisi (unsur psikologis yang mendahului tingkah laku).
2. Atribusi eksternal atau atribusi lingkungan, yaitu tingkah laku seseorang yang berasal dari situasi tempat/lingkungan atau luar diri orang yang bersangkutan.

Bagaimana mengetahui bahwa perilaku orang lain disebabkan faktor internal, dan bukan faktor eksternal? Menurut Jones dan Nisbett, hal itu dapat memahami motif personal stimuli dengan memperhatikan dua hal. Pertama, memfokuskan perhatian pada perilaku yang hanya memungkinkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu atau sedikit penyebab. Kedua, memusatkan perhatian pada perilaku yang menyimpang dari pola perilaku yang biasa.

Salah satu pendekatan yang menyediakan dasar untuk memahami hubungan antara persepsi dan perilaku adalah teori atribusi. Teori atribusi berkaitan dengan proses di mana individu menginterpretasikan bahwa peristiwa disekitar mereka disebabkan oleh bagian lingkungan mereka yang secara relatif stabil.[28]

[28] John M. Ivancevich, Robert Konopaske, Michael T. Matteson*, Perilaku dan Manajemen Organisasi*, terjemahan Gina Gania, Erlangga, 2007, hlm. 132.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id