

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Budaya Cangkrukan Dalam Kehidupan Masyarakat

Istilah cangkruk atau jagongan merupakan sebuah kata yang tak asing lagi ditelinga masyarakat, khususnya masyarakat Pulau Jawa. Kegiatan cangkruk sudah lama membudaya dalam kehidupan masyarakat sejak dahulu kala. Budaya sendiri merupakan nilai – nilai yang ada pada masyarakat, ataupun kegiatan yang secara terus menerus dilakukan oleh banyak orang.¹ Budaya sendiri dapat bersifat abstrak. Salah satu budaya yang saat ini semakin mengakar dan menjalar adalah budaya cangkrukan. Penganut budaya cangkrukan tidak hanya dari kalangan dewasa, mereka yang masih bersatatus sebagai pelajar atau remaja sampai kakek - kakek turut melebur dalam budaya ini.

a. Model Cangkruk Dikalangan Masyarakat

Masyarakat Indonesia khususnya Jawa Timur amat menyukai kebiasaan *cangkruk* atau *jagongan*. Ada banyak model cangkruk di kalangan masyarakat yang semakin dikemas secara modern. Kebiasaan cangkruk tersebut bisa dijumpai di warung-warung, resto, cafe, di tempat kerja di kala senggang, di rumah-rumah, di ruang makan, di ruang

¹ Suranto AW, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hlm.25.

pertemuan, atau di mana saja sejauh orang-orang yang merasa saling cocok untuk mengobrol berada bersama-sama dalam waktu tertentu. Acara-acara diskusi di televisi seringkali juga dikemas dalam bentuk *cangkrukan* meskipun sedikit bersifat formal karena harus melayani jutaan pemirsa yang menontonnya.

Pada saat *cangkruk*, perbincangan bisa “bergerak” ke mana saja, dari satu topik pembicaraan ke topik pembicaraan lainnya, mulai dari berita-berita politik, bencana alam, sampai gossip tentang rekan kerja atau tentang kehidupan artis.

Mengapa orang begitu senang *jagongan* atau *cangkruk*? Kebanyakan orang merasakan bahwa itulah saat untuk saling bertukar pikiran, informasi, atau sekedar membunuh waktu senggang. Tetapi, pernahkah orang berpikir bahwa “budaya” *cangkruk* sebenarnya memiliki akarnya berabad-abad lamanya. Para sofis dari masa berkembangnya filsafat etika di Yunani mengembangkan metode berfilsafat dari *forum* ke *forum*. Dan yang patut diketahui juga, *forum* pada masa itu berarti pasar, yaitu tempat di mana orang berkumpul untuk saling bertukar barang, jasa, atau sekedar saling bertemu dan *cangkruk*.

Pertemuan-pertemuan informal yang kental dengan atmosfer persahabatan personal menjadi suasana yang khas dalam *cangkruk*.

Cangkruk juga biasa dipakai sebagai metode belajar secara informal yang dikembangkan oleh banyak guru di hadapan audiensnya.²

b. Arti Cangkruk Bagi Masyarakat Modern

Cangkruk memiliki banyak arti dikalangan masyarakat, *cangkruk* sudah berurat dan mengakar menjadi bagian dari kebiasaan dan kultur masyarakat. Tetapi bagaimana kualitas pembicaraan kita selama *cangkruk*. Apakah *cangkruk-cangkruk* hanya sekedar untuk membunuh waktu? (Bahkan kata “membunuh waktu” itu pun bersifat ambigu) Apakah kita kecanduan *cangkruk* karena merasa keasyikan saat mendengar gosip-gosip tentang kolega dan rekan kerja kita? Atau malah kita turut menjadi aktor dalam menebar gosip? Lebih parah, ada kalangan yang “mengisi” saat *cangkruk* dengan mabuk-mabukan, yang jelas akan berdampak buruk dan *counter* produktif. Ataukah *cangkruk* menjadi saat “bermutu” karena di sana ada saling pembelajaran, pemahaman, dan peningkatan relasi persahabatan?

De facto, masyarakat cerdas dan kritis akan menjadikan saat *cangkruk* dirindukan karena di sana ada pertukaran ilmu, wawasan, pengetahuan, informasi-informasi penting bagi kemajuan hidup, dan berbagai hal yang bersifat positif dan konstruktif bagi kehidupan bersama. Hal ini wajar karena ketika orang-orang yang sedang mengobrol memiliki

² Emanuel Prasetyono, "*Cangkruk sebagai Bagian dari Kultur Masyarakat Kita*" dalam <http://www.wima.ac.id/index.php?r=university/article&id=689>, diakses pada tanggal 19 Maret 2014.

tingkat kedewasaan dan kematangan tertentu, maka kualitas pembicaraan juga (diandaikan) cukup tinggi. Pengandaian lain dari masyarakat semacam ini adalah kemampuannya dalam berwacana secara sehat, mau menerima kritik dan masukan dengan kebesaran hati dan sikap intelektual yang elegan. Bagi masyarakat semacam ini, *cangkruk* hanyalah sebagian dari aktivitas keseharian, meskipun toh yang bersifat sebagian itu terasa mengasyikkan, dirindukan, dan ditunggu-tunggu.

Sebaliknya, masyarakat yang massif dan konsumtif menjalani *cangkruk* sebagai bagian utama dari aktivitas kesehariannya. Berjam-jam waktunya dihabiskan untuk sekedar *cangkruk*, duduk-duduk dan mengobrol ke sana ke mari. Akibatnya, ketika para *cangkrukers* sudah mengalami saat jenuh, *exhausted*, mereka tidak berpikir lagi apakah *cangkruk* menjadi saat produktif bagi pengembangan wawasan dan bertukar pikiran atau tidak. Karakter masyarakat yang massif dan konsumtif itu sendiri dicirikan oleh sikap mudah mengiyakan informasi-informasi atau opini publik yang belum jelas kebenarannya. Karenanya, dari karakter masyarakat semacam ini, *cangkruk* justru sering dijadikan alat oleh spionase untuk menghasut, memprovokasi, atau menebarkan pikiran-pikiran yang salah, atau membentuk opini publik yang sesat.³

³ Fransiscus Latindo, "Opini Publik dalam Cangkrukan" dalam <http://www.wima.ac.id/index.php?r=university/article&id=689>, diakses pada tanggal 19 Maret 2014.

Jadi *cangkruk* itu sendiri pada dasarnya adalah positif sejauh masyarakat cerdas dan kritis. Dan di sinilah letak permasalahan yang sebenarnya. Sejauh manakah masyarakat kita cerdas dan kritis dalam menanggapi berbagai informasi yang berkembang selama *cangkrukan*.

c. Manfaat Cangkruk Sebagai Sarana Komunikasi

Francis Bacon (1561 – 1626) adalah seorang filsuf berkebangsaan Inggris yang mengajukan pemikiran filosofis yang sangat berharga bagi masyarakat kita sekarang ini. Menurutnya, betapa banyak aktivitas dari hidup kita yang membuat kita tidak sampai pada pemahaman yang benar tentang realitas hidup kita. Banyak pandangan kita yang kurang atau tidak objektif. Itu semua pertama-tama, menurut Bacon, disebabkan oleh pelbagai prasangka yang membelenggu kebebasan kita untuk berpikir dan menilai sesuatu. Prasangka-prasangka itu membelenggu pikiran. Bacon menyebut empat macam prasangka yang sering membelenggu pikiran-pikiran masyarakat kita, yang dalam arti tertentu membodohkan dan membiarkan diri hidup dalam kesesatan berpikir.

Pertama, prasangka yang datang dari sikap pribadi orang yang lebih memilih untuk menutup diri dari komunikasi dialogal – personal. Sikap semacam ini membuat orang terbelenggu dalam prasangka-prasangka pribadi karena tidak adanya klarifikasi, komunikasi, dan dialog

dari pihak lain. Orang sepandai dan secerdas apa pun, bila dia menutup diri dari dialog, akan terbelenggu oleh prasangka-prasangkanya sendiri.

Ke dua, prasangka yang berasal dari cara berpikir kolektif yang sudah akut, seakan-akan karena pola berpikir semacam itu sudah *jamak* terjadi di antara anggota masyarakat, maka dianggap benar atau bisa dibenarkan. Misalnya, karena ada banyak orang yang terbiasa mencontek, korupsi, melanggar peraturan lalu-lintas, maka perbuatan-perbuatan tersebut bisa dibenarkan. Kolektivisme telah menempatkan massa sebagai kekuatan termasuk dalam cara berpikir, entah benar atau pun salah. Contoh lain adalah diskriminasi terhadap kaum minoritas (dalam arti yang seluas-luasnya, termasuk minoritas agama atau pun suku). Dalam kesesatan kolektif ini, kaum minoritas dianggap kurang eksistensinya dibandingkan golongan atau kelompok mayoritas sedemikian hingga perlakuan tidak adil terhadap mereka dianggap wajar dan bisa dibenarkan.

Ke tiga, prasangka yang berasal dari opini publik yang berkembang yang mempengaruhi cara kita berpikir, memandang, dan menilai sesuatu. Prasangka ini masih berkaitan dengan poin ke tiga di atas. Golongan yang kuat dalam menguasai media massa, kekuasaan, dan modal biasanya dengan begitu mudah menghembuskan opini publik yang mempengaruhi cara berpikir masyarakat. Masyarakat yang massif dan cenderung konsumtif biasanya tidak secara kritis menerima dan

menanggapi opini publik yang berkembang sehingga kebenaran suatu opini tidak dikaji dan dipertanyakan lebih lanjut.

Ke empat, prasangka yang berasal dari system-sistem ideologi dan keyakinan yang berkembang dan mendarah daging dalam cara berpikir masyarakat. Francis Bacon menggambarkan system-sistem ideology dan keyakinan itu bagaikan suatu panggung teater yang mengasyikkan untuk ditonton, tetapi pada saatnya harus “turun panggung”, ceritera berakhir, dan pertunjukan selesai. Sistem-sistem ideology dan keyakinan bisa menjebak orang dalam prasangka-prasangka yang akut karena tidak disadari bahwa system-sistem itu pun bisa runtuh dan hilang pengaruhnya.

Bertemu dengan banyak orang setiap hari tentunya akan menjauhkan setiap orang dari prasangka-prasangka negatif dari dalam diri seseorang. Salah satu alternatif untuk bertemu dengan banyak orang adalah dengan cangkrukan. Cangkrukan merupakan ruang publik yang dapat dimanfaatkan sebagai wahana komunikasi, pusat sosialisasi, pusat informasi, dan juga sebagai hiburan. Cangkruk dianggap sebagai wahana komunikasi dan sosialisasi yang tidak dapat dipungkiri karena dengan cangkruk semua orang bisa membicarakan apapun dengan tema apapun. Selain itu, cangkruk merupakan pusat informasi dimana semua berita dan kabar terbaru atau yang sedang ngetren bisa saja diketahui saat cangkrukan. Cangkruk juga bisa berfungsi sebagai hiburan karena dengan cangkrukan bisa sejenak merilekskan pikiran dari segala kepenatan.

Sebagai tambahan lagi, cangkruk dapat menjadi pusat ketahanan sosial di suatu kota, misalnya ada pendatang baru di suatu kampung yang kira-kira mirip dengan seorang buronan teroris, maka akan mudah dikenali ketika dilihat oleh anak muda yang sedang cangkruk di malam hari.

2. Sifat Keterbukaan Dalam Cangkruk

a. Munculnya Sifat Kepercayaan Diri

Secara sedikit paradoksal bisa dikatakan bahwa keterbukaan dalam berpikir, bersikap, dan bertutur kata hanya mungkin kalau orang memiliki keyakinan dan kepercayaan diri. Keyakinan dan kepercayaan diri adalah lawan dari sikap kebanyakan yang massif dan konsumtif. Seorang yang memiliki keyakinan dan kepercayaan diri itu memiliki “posisi” yang tepat bagi dirinya sebagai modal untuk berkomunikasi dan berbagi wawasan ketika dia menjalin relasi dan komunikasi selama *cangkrukan*. Sebaliknya, pribadi yang minder dan labil tidak memiliki kekuatan dalam menjalin relasi dialogis dengan orang lain.

Sudah dikatakan bahwa *cangkruk* adalah suatu kebiasaan dan perilaku sosial yang telah berkembang dalam masyarakat. Perilaku dan kebiasaan itu sendiri belum bisa dinilai secara moral dan etis. Yang membuatnya bisa dinilai secara moral dan etis adalah ketika perilaku, kebiasaan, atau perbuatan tertentu itu dilakukan oleh orang yang berkehendak baik atau jahat. Agar kebiasaan *cangkruk* menjadi perilaku

konstruktif bagi masyarakat kita, problem mendasar yang masih tetap perlu dipikirkan adalah bagaimana membuat masyarakat kita semakin cerdas, dijauhkan dari kebohongan-kebohongan publik, dan dibuka wawasannya terhadap informasi-informasi yang mendidik dan mencerdaskan. Sudah barang tentu ini adalah pekerjaan besar yang menjadi tanggung jawab pelaku-pelaku kebijakan publik, termasuk para pekerja media yang turut bertanggung jawab memberikan informasi yang benar, jujur, dan mencerdaskan masyarakat penontonnya.

Perlu untuk senantiasa direfleksikan bagaimana kualitas *cangkruk* kita selama ini. Sudahkah turut berperan dalam obrolan-obrolan yang cerdas, kritis, adil, dan jujur. Sudahkan berperan dalam mengembangkan budaya sehat berwacana. Maka sebaiknya Perlu bagi setiap orang yang bekerja bagi kepentingan publik untuk senantiasa proaktif dalam mengembangkan “ruang-ruang” *cangkruk* sebagai sarana berwacana yang sehat, pembelajaran masyarakat yang konstruktif, dan media yang jujur dan adil bagi siapa saja, terutama bagi kaum minoritas.

b. Sifat Egaliter Dalam Cangkrukan

Menurut bahasa, Egaliter berasal dari bahasa Perancis : *Egal*, *egalite* atau *egalitaire*, yang berarti sama, tidak ada perbedaan, memiliki persamaan hak antara manusia. Diserap ke bahasa Indonesia menjadi egaliter, yang artinya sama sederajat.

Menurut istilah arti egaliter adalah manusia mempunyai kedudukan yang sama di hadapan Allah, dan yang menjadikan tinggi rendahnya derajat seseorang bukan karena kekayaan atau kedudukan, keturunan, suku, ras, golongan, dan sebagainya, melainkan karena Prestasi amal masing-masing.⁴

Latar belakang budaya cangkruk yang pertama berasal dari julukan Kota Surabaya sebagai salah satu kota perdagangan besar di Indonesia, disertai dengan letak kota Surabaya yang terletak tepat di pinggir pantai dan dalam konteks ini Kota Surabaya banyak menjadi tujuan sehingga cenderung sifat egaliter nya kuat. Hal ini didasarkan dari bermacam-macam orang yang singgah di Kota Surabaya dari jaman dahulu. Yang kedua, secara kultur yang perlu dipahami bahwa Kota Surabaya merupakan kota yang kuat kulturalnya, dengan kata lain paling sedikit dipengaruhi oleh tradisi Kerajaan Mataram seperti kota-kota yang lain seperti Solo, Semarang, Jogja, dan sebagainya. Surabaya mempunyai kultur yang berbeda dengan kota-kota yang lain, pembedanya diantaranya adalah sistem *egaliter* yang artinya suatu sikap atau sifat yang mendudukan orang lain itu sama atau sederajat satu dengan yang lain, tidak ada pembeda antara satu dengan yang lain sehingga Surabaya tidak memakai bahasa sehari-hari yang memiliki tingkatan/strata seperti di kota Solo, Jogja, dan sebagainya. Masyarakat Surabaya terkenal dengan tidak

⁴ Chelsea F.W. dan William Sia, "*Cangkruk di Mata Sang Pakar*" dalam <http://yokcangkrukrek.weebly.com/artikel-cangkruk.html>, diakses pada tanggal 4 April 2014.

basa-basi dan polos, serta *egaliter* yang tinggi sehingga menempatkan derajat orang lain sama satu dengan yang lain.

3. Cangruk Merupakan Bagian Dari Ruang Publik

a. Arti Ruang Publik

Dalam perspektif Habermas, ruang publik didefinisikan sebagai ruang di mana setiap individu dapat masuk dan turut serta dalam percakapan tanpa tekanan dari pihak lain. Istilah ruang publik (*public space*) pernah dilontarkan Lynch dengan menyebutkan bahwa ruang publik adalah *nodes* dan *landmark* yang menjadi alat navigasi didalam kota. Gagasan tentang ruang publik kemudian berkembang secara khusus seiring dengan munculnya kekuatan *civil society*. Dalam hal ini filsuf Jerman, Jurgen Habermas, dipandang sebagai penggagas munculnya ide ruang publik. Jurgen Habermas memperkenalkan gagasan ruang publik pertama kali melalui bukunya yang berjudul *The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquire Into a Category of Bourjuis Society* yang diterbitkan sekitar tahun 1989.

Ruang publik diartikan sebagai ruang bagi diskusi kritis yang terbuka bagi semua orang. Pada ruang publik ini, warga privat (*private person*) berkumpul untuk membentuk sebuah publik dimana nalar publik ini akan diarahkan untuk mengawasi kekuasaan pemerintah dan kekuasaan negara. Ruang publik mengasumsikan adanya kebebasan berbicara dan

berkumpul, pers bebas, dan hak secara bebas berpartisipasi dalam perdebatan politik dan pengambilan keputusan. Lebih lanjut, ruang publik dalam hal ini terdiri dari media informasi seperti surat kabar dan jurnal. Disamping itu, juga termasuk dalam ruang publik adalah tempat minum dan kedai kopi, balai pertemuan, serta ruang publik lain dimana diskusi sosio-politik berlangsung. Ruang publik ditandai oleh tiga hal yaitu responsif, demokratis, dan bermakna.⁵

b. Responsifitas Ruang Publik

Ruang Publik bersifat responsif ialah karena ruang publik adalah ruang yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan dan kepentingan luas. Responsif memiliki arti menanggapi orang lain. Dalam ruang publik tentunya akan banyak hal yang diperbincangkan, dengan adanya responsif maka obrolan akan menjadi kondusif karena menanggapi pembicaraan orang lain merupakan salah satu bentuk kepedulian terhadap orang lain.

Responsif merupakan kesadaran diri untuk membantu memecahkan persoalan orang lain. Karena ruang publik merupakan ruang

⁵ James Siahaan, "*Ruang Publik : Antara Harapan dan Kenyataan*", dalam http://www.penataanruang.net/bulletin/index.asp?mod=_fullart&idart=265, diakses pada tanggal 06 April 2014.

aspirasi yang terbuka, maka kebanyakan tujuannya ialah untuk saling memecahkan masalah dengan cara membaginya dengan orang lain.⁶

c. Sifat Demokratis Dalam Ruang Publik

Ruang publik dapat digunakan oleh masyarakat umum dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya, serta aksesibel bagi berbagai kondisi fisik manusia. Disini masyarakat memiliki kebebasan untuk mengutarakan pendapatnya serta memiliki hak yang sama tanpa memandang status ekonomi, kondisi sosial, dan budaya. Sama halnya dengan sistem demokrasi di negara kita yang membebaskan rakyat untuk mewakili dirinya sendiri dalam memberikan suara atau pendapat untuk menentukan sebuah keputusan.

d. Makna Ruang Publik

Bermakna memiliki arti kalau ruang publik harus memiliki tautan antara manusia, ruang, dan dunia luas dengan konteks sosial. Ruang ini diciptakan agar masyarakat juga bisa lebih peka dengan kondisi sosial masyarakat lain yang tentunya banyak perbedaan. Untuk mengetahui kondisi sosial masyarakat secara utuh harusnya tidak hanya mendatangi satu jenis ruang publik saja seperti mall.

⁶ Sumartono, *Komunikasi Kasih Sayang* (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 124.

Mall atau pusat-pusat perbelanjaan tidak akan pernah menjadi ruang publik utuh, meski belakangan ini tempat tersebut dijadikan sebagai lokasi bertemu, bertukar informasi, atau sekedar tempat rekreasi melepas kepenatan, mall tetap menampilkan wajah yang privat dimana orang yang ada disana cenderung berasal dari kalangan ekonomi tertentu. Tidak adanya kontak dan interaksi sosial sebagai prasyarat bagi penguatan kapital sosial merupakan alasan utama mengapa ruang publik tidak dapat tergantikan oleh mall atau pusat perbelanjaan.

Sementara itu, secara spasial ruang publik didefinisikan sebagai tempat dimana setiap orang memiliki hak untuk memasukinya tanpa harus membayar uang masuk atau uang lainnya. Ruang publik dapat berupa jalan (termasuk pedestrian), tanah perkerasan (*pavement*), *public squares*, dan taman (*park*). Hal ini berarti bahwa ruang terbuka hijau (*open space*) publik seperti jalan dan taman serta ruang terbuka non-hijau publik seperti tanah perkerasan (plaza) dan *public squares* dapat difungsikan sebagai ruang publik.

4. Proses Dasar Kehidupan Manusia

a. Kebutuhan untuk Berkomunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi dengan sesamanya untuk berbagi rasa, bertukar pikiran dan kehendak, baik secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun nonverbal. Hal ini secara alami tertanam dalam diri setiap individu, dan secara alami pula dilakukan

sejak lahir. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik secara individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia.⁷

1) Pengertian Komunikasi

Secara etimologi, komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama.”⁸

Pengertian secara terminologi atau berdasarkan tujuan, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.”⁹ Ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian yang dapat dilakukan dengan berbagai media.

Untuk lebih memahami pengertian komunikasi, Laswell memberikan penjabaran, seperti yang dikutip Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, mengutip paradigma Harold Lasswell dalam karyanya *The Structure and*

⁷ Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 8.

⁸ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia, 2004), hlm. 5.

⁹ *Ibid.*, hlm. 7.

Function of Communication in Society, bahwa untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa berkata apa melalui saluran apa kepada siapa dan bagaimana efeknya).¹⁰

Sedangkan Edward Depari menyatakan bahwa, komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang-lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan dengan maksud mencapai kebersamaan (*commons*).¹¹

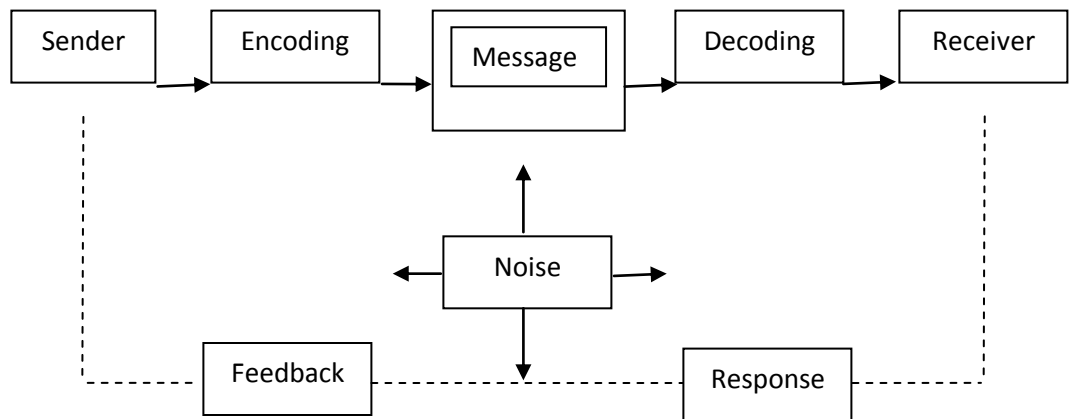
2) Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses. Agar proses tersebut dapat berjalan, maka diperlukan unsur-unsur di dalamnya. Seperti yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy, bahwa Philip Kotler menyajikan model proses berdasarkan paradigma Harold Lasswell, sebagai berikut:¹²

¹⁰ Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi..*, hlm. 10.

¹¹ Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta:PT Rhineka Cipta, 2000), hlm. 13.

¹² Onong Uchana Effendy, *Ilmu Komunikasi..*, hlm. 18.



Bagan 1.2 Unsur-unsur Dalam Proses Komunikasi
(Sumber: Effendy, 2002 : 18)

Penegasan tentang unsur-unsur dalam komunikasi yang terdapat pada bagan 2.1 di atas jika diuraikan sebagai berikut:

1. *Sender* : Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding* : Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. *Message* : Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
4. *Media* : Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding* : Yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver* : Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Response* : Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

8. *Feedback* : Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

9. *Noise* : Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikator kepadanya.

3) Fungsi Komunikasi

Secara umum, Effendy memaparkan fungsi komunikasi dalam kehidupan manusia, sebagai berikut

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)¹³

Komunikasi berfungsi sebagai pemberi informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain. Komunikasi juga menjadi sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi sehingga meningkatkan pengetahuan. Selain berguna untuk menyampaikan informasi, komunikasi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain. Hal ini biasanya dilakukan untuk memunculkan kedekatan secara emosional. Komunikasi berfungsi mempengaruhi, yaitu melalui interaksi, komunikator berusaha

¹³ *Ibid.*, hlm. 8.

merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan apa yang diharapkan.

b. **Kebutuhan Hidup Berkelompok**

Kehidupan berkelompok adalah sebuah naluri manusia sejak dilahirkan. Naluri ini yang mendorongnya untuk selalu menyatukan hidupnya dengan orang lain dalam kelompok. Naluri berkelompok itu juga yang mendorong manusia untuk menyatukan dirinya dengan kelompok yang lebih besar dalam kehidupan manusia lain di sekelilingnya bahkan mendorong manusia menyatu dengan alam fisiknya. Untuk memenuhi naluri manusia ini, maka setiap manusia saat melakukan proses keterlibatannya dengan orang dan lingkungannya, proses ini dinamakan adaptasi. Adaptasi dengan kedua lingkungan tadi; manusia lain dan alam sekitarnya itu, melahirkan struktur sosial baru yang disebut kelompok sosial. Kelompok sosial adalah kehidupan bersama manusia dalam himpunan atau kesatuan-kesatuan manusia yang umumnya secara fisik relatif kecil yang hidup secara guyub.¹⁴

Beberapa kelompok muncul dengan sendirinya (*emergent*). Kelompok ini terbentuk secara alami dari kegiatan spontan individu. Berawal dari sebuah perkenalan, menjadi teman dan mulai bepergian ke berbagai tempat dan saling membantu satu sama lain dalam melakukan sesuatu, merupakan contoh dari kelompok yang muncul secara alami.

¹⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 43.

Lebih sering, adalah kelompok yang diciptakan – kelompok yang secara sengaja dibentuk untuk tujuan tertentu. Kelompok diciptakan biasanya secara spesifik memiliki sebuah tujuan atau tujuan-tujuan lainnya, seperti melayani masyarakat, untuk berbagai kepentingan profesional, untuk menyelesaikan suatu program kerja, untuk membantu anggota berhenti merokok, atau mendukung kandidat politik. Kadang-kadang, kelompok yang awalnya kelompok alamiah dapat bergeser menjadi kelompok diciptakan, seperti ketika beberapa kenalan memutuskan untuk membentuk sebuah klub atau kelompok kerja.¹⁵

Orang bergabung ke dalam kelompok untuk mengejar kebutuhan individu dalam konteks sosial. Kelompok membantu individu dalam memenuhi sejumlah tujuan, termasuk: bergaul dan bersahabat, memperoleh dukungan untuk perubahan atau pengembangan diri, pertumbuhan rohaniyah, dan keuntungan ekonomi. Sejumlah faktor mempengaruhi keputusan individu untuk bergabung dengan kelompok, diantaranya adalah: daya tarik anggota kelompok – termasuk fisik, sosial, dan daya tarik tugas; daya tarik kegiatan dengan tujuan kelompok; serta daya tarik manfaat menjadi anggota kelompok tertentu – pribadi, sosial, simbolik, pekerjaan, atau keuntungan ekonomi¹⁶

¹⁵ Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 301.

¹⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi..*, hlm. 229.

1) Kelompok Sosial Masyarakat

Kelompok	Sekunder	Primer
Formal	A	B
Informal	C	D

Tabel 1.4 Tipe Kelompok Sosial

(Sumber : Burhan Bungin, 2008 : 44)

Ada empat kelompok sosial yang dapat dibagi berdasarkan struktur masing-masing kelompok tersebut.

- a) Kelompok Formal Sekunder (A). Adalah kelompok sosial yang umumnya bersifat sekunder, bersifat formal, memiliki aturan dan struktur yang tegas, serta dibentuk berdasarkan tujuan yang jelas pula.
- b) Kelompok Formal Primer (B). Adalah kelompok sosial yang umumnya bersifat formal namun keberadaannya bersifat primer. Kelompok ini tidak memiliki aturan yang jelas, walaupun tidak dijalankan secara tegas. Begitu juga kelompok sosial ini memiliki struktur yang tegas walaupun fungsi-fungsi struktur itu diimplementasikan secara guyub. Terbentuknya kelompok ini didasarkan oleh tujuan-tujuan yang jelas ataupun juga yang abstrak. Contoh dari kelompok formal primer adalah keluarga inti, kelompok kekerabatan, dan kelompok-kelompok primodial.

- c) Kelompok informal sekunder (C). Adalah kelompok sosial yang umumnya informal namun keberadaannya bersifat sekunder. Kelompok ini bersifat tidak mengikat, tidak memiliki aturan dan struktur yang tegas serta dibentuk berdasarkan sesaat dan tidak mengikat bahkan bisa terbentuk walaupun memiliki tujuan-tujuan kurang jelas. Contoh kelompok ini adalah klik, kelompok persahabatan, kelompok anak muda (geng), kelompok percintaan (pacaran), dan semacamnya.
- d) Kelompok informal primer (D). Adalah kelompok sosial yang terjadi akibat meleburnya sifat-sifat kelompok sosial-primer atau disebabkan karena pembentukan sifat-sifat diluar kelompok formal-primer yang tidak dapat ditampung oleh kelompok formal-primer. Kelompok ini juga merupakan bentuk lain dari kelompok informal-sekunder terutama menonjol di hubungan-hubungan mereka yang sangat pribadi dan mendalam.¹⁷ Contoh dari kelompok ini adalah hubungan kekeluargaan yang dibangun oleh sekelompok orang yang tidak mempunyai ikatan darah.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 43.

B. Kajian Teori

1. Interaksi Simbolik

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna.¹⁸ Beberapa orang ilmuwan punya andil utama sebagai perintis interaksionisme simbolik, diantaranya James Mark Baldwin, William James, Charles H. Cooley, John Dewey, William I. Thomas, dan George Herbert Mead. Akan tetapi Mead-lah yang paling populer sebagai perintis dasar teori tersebut. Mead mengembangkan teori interaksionisme simbolik pada tahun 1920-an dan 1930-an ketika ia menjadi professor filsafat di Universitas Chicago. Namun gagasan-gagasannya mengenai interaksionisme simbolik berkembang pesat setelah para mahasiswanya menerbitkan catatan dan kuliah-kuliahnya, terutama melalui buku yang menjadi rujukan utama teori interaksi simbolik, yakni : *Mind, Self, and Society* (1934) yang diterbitkan tak lama setelah Mead meninggal dunia. Penyebaran dan pengembangan teori Mead juga berlangsung melalui interpretasi dan penjabaran lebih lanjut yang dilakukan para mahasiswanya, terutama Herbert Blumer. Justru Blumer-lah yang menciptakan istilah “interaksi simbolik” pada tahun (1937) dan mempopulerkannya di kalangan komunitas akademis.¹⁹

Pendekatan interaksi simbolik yang dimaksud Blumer mengacu pada tiga premis utama, yaitu:

¹⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Bandung, 2001), hlm. 68.

¹⁹ *Ibid.*,.. hlm. 68.

- a. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka
- b. Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan oleh orang lain, dan
- c. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung.²⁰

Weber mendefinisikan tindakan sosial sebagai semua perilaku manusia ketika dan sejauh individu memberikan suatu makna subjektif terhadap perilakutersebut. Tindakan disini bisa terbuka atau tersembunyi, bisa merupakan intervensi positif dalam suatu situasi atau sengaja berdiam diri sebagai tanda setuju dalam situasi tersebut. Menurut Weber, tindakan bermakna sosial sejauh berdasarkan makna subjektifnya yang diberikan individu atau individu-individu, tindakan itu mempertimbangkan perilaku orang lain dan karenanya diorientasikan dalam penampilannya.²¹

Perspektif interaksi simbolik sebenarnya berada di bawah payung perspektif yang lebih besar lagi, yakni perspektif fenomenologis atau perspektif interpretif. Secara konseptual, fenomenologi merupakan studi tentang pengetahuan yang berasal dari kesadaran atau cara kita sampai pada pemahaman tentang objek-objek atau kejadian-kejadian yang secara sadar kita alami. Fenomenologi melihat objek-objek dan peristiwa-peristiwa dari

²⁰ Engkus Kuswarno, *Etnografi Komunikasi*. (Bandung: Widya Padjadjaran, 2008), hlm. 22.

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi...*, hlm. 68.

perspektif seseorang sebagai *perceiver*. Sebuah fenomena adalah penampakan sebuah objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi individu.²²

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendirilah yang menentukan perilaku mereka. Perilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan impuls, tuntutan budaya atau tuntutan peran. Manusia bertindak hanyalah berdasarkan definisi atau penafsiran mereka atas objek-objek di sekeliling mereka. Tidak mengherankan bila frase-frase “definisi situasi” , “realitas terletak pada mata yang melihat” dan “bila manusia mendefinisikan situasi sebagai riil, situasi tersebut riil dalam konsekuensinya” sering dihubungkan dengan interaksionisme simbolik.²³

Interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu itu bukanlah seseorang yang bersifat pasif, yang keseluruhan perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur-struktur lain yang ada di luar dirinya, melainkan bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menampilkan perilaku yang

²² Rahardjo Satjipto, *Sosiologi Hukum: Perkembangan Metode dan Pilihan Masalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2004), hlm. 44.

²³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi...*, hlm. 70.

rumit dan sulit diramalkan. Oleh karena individu akan terus berubah maka masyarakat pun akan berubah melalui interaksi itu. Struktur itu tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap seperangkat objek yang sama.²⁴

Dalam pandangan interaksi simbolik, sebagaimana ditegaskan Blumer, proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegaskan aturan-aturan, bukan aturan-aturan yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok. Dalam konteks ini, maka dikonstruksikan dalam proses interaksi, dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan perannya, melainkan justru merupakan substansi sebenarnya dari organisasi sosial dan kekuatan sosial.²⁵

²⁴*Ibid.*, hlm 59.

²⁵*Ibid.*, hlm 70.