

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.¹ Untuk mempermudah memahami makna komunikasi, Harold Laswell mengatakan bahwa cara untuk menjelaskan makna komunikasi adalah menjawab pertanyaan *who say what in whice channel to whom with effect* (siapa yang mengatakan apa yang dikatakan melalui saluran dengan efek). Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi beberapa unsur yakni komunikator, pesan, media, komunikan dan efek.

Komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya, dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa komunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan itu mengemuka lewat perilaku manusia. Ketika berbicara, sebenarnya sedang berperilaku. Ketika sedang melambaikan tangan, tersenyum, menganggukkan kepala, atau memberikan suatu isyarat, itu juga berperilaku. Sering perilaku-perilaku ini merupakan suatu pesan, yang pesan-pesan itu digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu pada seseorang.

Alasan mendasar bahwa setiap manusia melakukan komunikasi dengan makhluk lainnya yaitu manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri atau bisa

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm11.

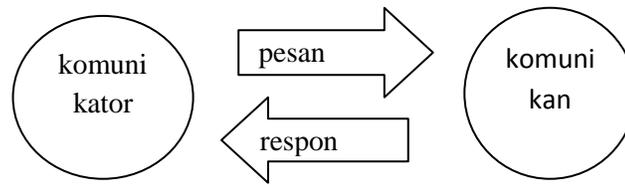
dikatan makhluk yang selalu hidup bermasyarakat. Sebagai makhluk sosial manusia selalu berhubungan dengan orang lain untuk melakukan banyak hal. Kesuksesan seseorang dalam hidup berkaitan secara langsung dengan kemampuan berkomunikasi dan keterampilan membina hubungan. Hal itu menandakan bahwa tidak peduli seberapa ambisius seseorang atau berapa banyak mereka mengatasi ketakutan mereka atau seberapa tinggi tingkat pendidikan, mereka masih memiliki kemungkinan yang rendah untuk melangkah lebih jauh dalam hidup mereka tanpa kemampuan komunikasi yang efektif, yang diperlukan dalam berhubungan dengan orang-orang.

Walaupun demikian, komunikasi akan berjalan secara lancar apabila:

1. Adanya stimulus atau rangsangan aksi untuk melakukan
2. Adanya respon atau reaksi untuk melakukan komunikasi
3. Informasi dapat disampaikan dengan jelas dan mendapat jawaban yang jelas.

Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi menggunakan media tertentu untuk merubah sikap atau tingkah laku seorang atau sejumlah orang sehingga ada efek tertentu yang diharapkan.² Pendekatan pada komunikasi berfokus pada pemberian makna kepada perilaku. Pemberian disini berarti bahwa pemberian makna yang telah dimiliki kepada perilaku yang diobservasi di lingkungan. Seseorang boleh membayangkan bahwa ada perbendaharaan makna yang dimiliki di suatu tempat dalam otak. Contoh proses komunikasi paling sederhana seperti:

² Ibid, hlm.18



Bagan 2.1
Siklus Proses Komunikasi Secara Sederhana

Berbagai makna ini telah tumbuh sepanjang hidup sebagai akibat dari pengaruh budaya terhadap diri sendiri, dan sebagai hasil dari pengalaman-pengalaman pribadi dalam budaya tersebut. Budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana orang menyandi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan, dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan dan menafsirkan pesan. Sebenarnya seluruh perbendaharaan perilaku seseorang sangat bergantung pada budaya tempatnya dibesarkan. Konsekuensinya budaya merupakan landasan komunikasi. Bila budaya beranekaragam, maka beraneka ragam pula praktik-praktik komunikasi.

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah proses pengoperan (dan penerimaan) dari lambang-lambang yang mengandung arti. Proses komunikasi melalui media adalah proses pengoperan dari lambang-lambang yang mengandung arti. Syarat utama bahwa komunikasi dipahami adalah bahwa lambang-lambang diberi arti yang sama oleh pemakaian lambang (komunikator) dan penerimaan lambang (komunikan). Proses komunikasi mengenal 5 (lima) komponen, yaitu:

- a. Sumber (*source*)

- b. Komunikator (*encoder*)
- c. Pernyataan atau media pesan (*message*)
- d. Komunikan (*decoder*)
- e. Tujuan (*destination*)

Apabila komunikasi cukup lama berlangsung, tercapailah interaksi yaitu proses pengaruh-mempengaruhi. Proses pengaruh mempengaruhi ini merupakan proses psikologik dan karenanya dapat merupakan landasan pembentukan suatu kelompok, disinilah proses komunikasi jelas merupakan proses sosial. Proses komunikasi dipergunakan untuk mencapai tujuan atau membawa lebih dekat kepada tujuan. Karena itu setiap orang mengadakan komunikasi, maka secara sadar ataupun tidak sadar, seseorang tersebut akan meneliti terlebih dahulu situasinya.

Situasi adalah totalitas dari faktor-faktor yang dapat menentukan tercapai-tidaknya atau jauh-dekatnya seseorang dengan sasarannya. Bierens de Haan dalam "*Groundslagen der Samenleving*" mengatakan bahwa, situasi merupakan totalitas dari hubungan masyarakat yang mempengaruhi atau dapat mengarahkan suatu arahan, dilihat dari kepentingan seseorang atau golongan. Situasi adalah lebih dari pada hanya lingkungan saja. Hal tersebut dibentuk dari masyarakat yang hidup lebih lanjut dalam masa sekarang, situasi adalah keseluruhan dari seluruh masyarakat, situasi adalah merupakan keseluruhan dari hubungan kekuasaan dan hubungan biasa dalam masyarakat yaitu hubungan yang mencakupi kesadaran akan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat.

Situasi merupakan suatu totalitas dari faktor-faktor sosial psikologik. Sebagai totalitas psikologik hal tersebut menjadi pendorong dan faktor penentu arahan

berkomunikasi dengan orang atau kelompok lain, manfaat tersebut diharapkan dapat merupakan pemenuhan kebutuhan manusia dalam bentuk³:

- a. Kebutuhan pribadi
- b. Kebutuhan sosial

Kebutuhan pribadi merupakan kebutuhan minimum sedangkan kebutuhan sosial antara lain merupakan keinginan seseorang untuk diterima orang lain, keinginan untuk dihargai pekerjaannya, keinginan untuk diakui sebagai anggota dari kelompok yang sangat dinilai yaitu kelompok sendiri atau kelompok dimana seorang mencari pengakuannya. Sehubungan dengan ini maka orang mengadakan kegiatan komunikasi. Hal ini karena semua orang mengadakan strukturisasi untuk cita-cita dan tujuan hidupnya, karena itulah dalam proses komunikasi kegiatan komunikasi itu sendiri dipengaruhi oleh faktor situasi (obyektif dan subyektif) dan hasilnya ialah *resultant* dari situasi obyektif dan subyektif ini.

Karena mudah sekali lebih dari satu orang memiliki tujuan yang sama, terjadilah proses interaksi atau proses pengaruh-mempengaruhi. Apabila situasi memungkinkan pencapaian oleh keduanya tanpa masing-masing merasa dirugikan, terjadilah kerja sama (*cooperation*). Apabila hanya satu pihak yang mendapatkan keuntungan dari tujuan yang sama maka setiap pihak akan berusaha agar memperoleh keuntungan untuk dirinya.

3. Model-Model Proses Komunikasi

Secara teoritis Onong Uchjana Effendi model komunikasi itu ialah:

- a. Komunikasi Primer

³ Ibid.hlm,39

Proses penyampaian paduan pikiran dan perasaan secara langsung pada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol).

b. Komunikasi sekunder

Proses penyampaian paduan pikiran dan perasaan seseorang terhadap orang lain dengan menggunakan sarana sebagai media.⁴ Pengertiannya sama dengan istilah komunikasi media atau komunikasi nir-media. Komunikasi media dengan menggunakan media sebagai saluran untuk berkomunikasi. Komunikasi nir-media tanpa menggunakan media dalam komunikasinya

c. *One Way Process Communication*

Suatu proses komunikasi yang berlangsung satu arah, tiadanya timbal balik atau umpan balik. Seketika terjadinya komunikasi. Komunikasi ini banyak terjadi pada komunikasi massa.

d. *Two Way Process Communication*

Dalam proses ini antara komunikator dengan komunikan terjadi saling merumuskan dan saling menerima pesan. Komunikasi ini sering terjadi pada komunikasi tatap muka dan komunikasi antar personal.

e. *Two Step Flow Communication*

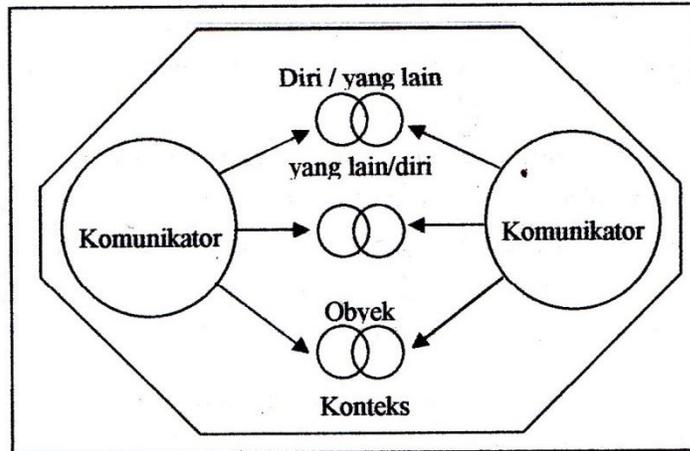
Komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan tangan kedua dalam menyalurkan pesan kepada penerima. Dinamakan komunikasi dua tahap, karena berlangsung dua kali komunikasi.

⁴ Onong Uchjana Effendi, Hubungan Masyarakat suatu tinjauan komunikologis, cet.I, Remaja Karya h.63 dikutip dari Yoyon Mudjiono, Ilmu Komunikasi, 2007

f. *Multi Step Flow Communication*

Komunikasi ini merupakan pengembangan dari *two step flow comm*, yaitu ketika komunikator II (C) bertindak sebagai *gatekeeper* II atau sebagai komunikator III.

B.Aubrey Fisher dengan perspektif-perspektifnya mencoba mengkonsep model-model proses komunikasi, salah satunya adalah model interaksional. Model ini meletakkan komunikator pada individu yang mengembangkan potensi kemanusiaannya melalui interaksi sosial, maka gambaran individual komunikator secara lebih cermat adalah peran. Peran ini dan diri sosial adalah identik, pengertiannya bahwa diri berkembang melalui interaksi dengan orang lain. Dengan kata lain, semenjak individu mencari peran, ia berada pada proses mengembangkan diri sebagai pobyek orientasinya. Jadi dalam model ini komunikator dalam proses komunikasi mengambil peran dirinya sebagai orang lain dan memandang orang lain sebagai dirinya. Sehingga terjalin kesearahan (*congruence*) yang timbal balik dalam rangka kolektivitas sosial, interaksi sosial.



Gambar 2.2
Model Interaksional Komunikasi Manusia

4. Hubungan Komunikasi dan Budaya

Budaya dan komunikasi mempunyai hubungan yang timbal balik. Budaya mempengaruhi komunikasi dan begitu pula sebaliknya, komunikasi juga mempengaruhi budaya. Terdapat ketertarikan erat antara unsur-unsur budaya dan komunikasi dalam membangun relasi dan kehidupan bersama. Komunikasi merupakan bentuk-bentuk suara yang dipakai melalui bahasa sehari-hari, oleh sebab itu untuk mengerti dan mengkomunikasikan suatu kebenaran harus dipelajari didalam kebudayaan itu sendiri. “Budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya”. Manusia mempelajari budaya melalui kegiatan komunikasi, sedangkan pada saat yang sama komunikasi merupakan refleksi dari budaya tertentu.

Raymon Williams secara ringkas dan tegas mendefinisikan budaya sebagai “suatu cara hidup tertentu” yang dibentuk oleh nilai, tradisi, kepercayaan, obyek materi, dan wilayah (*teritory*).⁵ Budaya adalah suatu teknologi yang kompleks dan dinamis dari orang, benda, pandangan tentang dunia, kegiatan dan latar belakang (*setting*) yang secara

⁵ James Luil, Media, Komunikasi dan Kebudayaan (Jakarta, yayasan ober Indonesia: 1998), hlm77

fundamental bertahan lama tetapi juga berubah dalam komunikasi dan interaksi sosial yang rutin, budaya adalah konteks.

Budaya adalah cara berbicara dan berpakaian, makanan yang dimakan dan cara menyiapkannya dan mengkonsumsinya, dewa-dewa yang diciptakan dan cara memujanya, cara membagi waktu, dan ruang, cara menari, bercerita, nilai-nilai yang disosialisasikan kepada masyarakat dan semua detail lainnya yang membentuk kehidupan sehari-hari.

Perspektif tentang budaya ini mengimplikasikan bahwa tak ada budaya yang secara inheren lebih unggul dari budaya yang lainnya dan bahwa kekayaan budaya tidak ada kaitannya sama sekali dengan status ekonomi, budaya sebagai kehidupan sehari-hari merupakan ide yang tetap demokratis.⁶ Manusia belajar berfikir, merasa, mempercayai dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya. Bahasa, persahabatan, kebiasaan makan, praktek komunikasi, tindakan-tindakan sosial, kegiatan-kegiatan ekonomi, dan politik serta teknologi, semua itu berdasarkan pola-pola budaya.

Budaya adalah sebuah konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, obyek-obyek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar dari generasi ke generasi melalui usaha individu maupun kelompok. Budaya menampakkan diri dalam pola-pola bahasa dan dalam bentuk-bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model-model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan

⁶ Ibid, hlm86

orang-orang tinggal dalam suatu masyarakat disuatu lingkungan geografis tertentu pada suatu tingkat perkembangan teknis tertentu dan pada suatu saat tertentu.⁷

Budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan oleh karena itu budaya tidak hanya menentukan siapa berbicara dengan siapa, tentang apa, dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi juga turut menentukan orang menjadi pesan, makna yang ia miliki untuk pesan, dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan dan menafsir pesan. Sebenarnya seluruh pembendaharaan perilaku tergantung pada budaya dimana seseorang tersebut bertempat tinggal dan dibesarkan.

Hal inilah yang menjadi tanda bahwa budaya adalah landasan komunikasi, bila budaya beraneka ragam maka beraneka ragam pula praktek model komunikasinya.⁸

Hubungan antara komunikasi dan budaya sangat erat kaitannya, karena melalui pengaruh budaya orang-orang belajar berkomunikasi. Kemiripan budaya dalam persepsi memungkinkan pemberian makna yang mirip pula terhadap suatu obyek sosial atau suatu peristiwa. Cara-cara berkomunikasi, keadaan-keadaan komunikasi, bahasa dan gaya bahasa yang digunakan, dan perilaku-perilaku nonverbal, semua itu merupakan respon dan fungsi budaya. Komunikasi itu terikat oleh budaya, sebagaimana budaya yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, maka praktik dan perilaku komunikasi individu-individu yang diasuh dalam budaya-budaya tersebut akan berbeda pula.⁹

Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. Budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Unsur-unsur sosio-budaya ini tersebar dan meliputi banyak kegiatan sosial manusia. Dalam banyak

⁷ Deddy Mulyana dan Jalaludin Rahmad, *Komunikasi Antar Budaya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), hlm19

⁸ Alo Liliweri, *Gara-gara Komunikasi Antar Budaya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2001),hlm20

⁹ Ibid,hlm34

hal, hubungan antara komunikasi dan budaya bersifat timbal balik. Keduanya saling mempengaruhi, apa yang dibicarakan, bagaimana membicarakannya, apa yang dilihat, perhatikan, atau abaikan. Bagaimana berfikir dan apa yang pikirkan dipengaruhi oleh budaya. Budaya tidak akan hidup tanpa komunikasi, dan komunikasipun takkan hidup tanpa budaya. Masing-masing tidak dapat berubah tanpa menyebabkan perubahan pada yang lainnya.

5. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan pemakaian kata-kata kiasan dan perbandingan yang tepat untuk melukiskan suatu maksud tanpa untuk membentuk plastik bahasa. Plastik bahasa adalah daya cipta pengarang dalam membuat cipta sastra dengan mengemukakan pilihan kata yang tepat. Gaya bahasa juga pemanfaatan kekayaan bahasa, pemakaian ragam tertentu untuk memperoleh efek-efek tertentu, keseluruhan ciri bahasa sekelompok penulis sastra dan cara khas dalam menyampaikan pikiran dan perasaan, baik secara lisan maupun tertulis.¹⁰ Apabila mencermati gaya bahasa secara umum, dapat dikatakan bahwa gaya bahasa merupakan cara mengungkapkan diri sendiri, baik melalui lisan, sikap, maupun tindakan.

Berdasarkan sudut pandang bahasa, gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa. Gaya bahasa memungkinkan dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang menggunakan bahasa itu. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya, semakin buruk gaya bahasa seseorang semakin buruk pula penilaian diberikan kepadanya. Akhirnya gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara

¹⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi "Serba Ada Serba Makna"* (Jakarta: Predana Media Group, 2011), hlm308

pengungkapan pikiran seseorang melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian pemakai bahasa.

Gaya bahasa ditentukan oleh ketepatan dan kesesuaian pilihan kata. Kalimat, wacana, atau paragraph menjadi efektif jika diekspresikan dengan menggunakan gaya bahasa yang tepat. Gaya bahasa mempengaruhi terbentuknya suasana, kejujuran, kesopanan, kemenarikan, tingkat keresmian, atau hanya percakapan. Gaya resmi misalnya dapat membaca atau mendengar ke dalam suasana serius dan penuh perhatian. Suasana yang tidak resmi mengarahkan pembaca atau pendengar kedalam situasi rileks tetapi efektif. Gaya percakapan pembawa membawa suasana ke dalam situasi realistik. Sementara itu, Leech dan Short mengemukakan bahwa gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu, oleh orang tertentu, untuk tujuan tertentu.¹¹

Bahasa adalah tempat pertarungan kuasa dan dusta, penaklukan dan perlawanan. Dalam budaya populer, bahasa adalah wahana pementasan gaya hidup itu sendiri.¹² Ekspresi budaya kawula muda dalam bentuk penggunaan corak dan genre bahasa tertentu dalam hal ini bisa dipahami sebagai teks dan tanda budaya populer. Bahasa tersebut termasuk salah satu genre bahasa yang digunakan anak-anak muda yang berselera kelas menengah urban atau bergaya gedongan, yang lebih dikenal dengan bahasa “gaul”.

Dalam konteks yang lebih khusus, fenomena “bahasa gaul ” harus pula dipahami dalam dinamika kapitalisasi budaya masyarakat Indonesia setelah kemunculan sejumlah televisi swasta di awal era 1990-an. Ragam bahasa tertentu tidak hanya digunakan sekedar alat komunikasi yang berfungsi sosial, namun juga sebagai sarana untuk mengkomunikasikan identitas suatu komunitas. Bahasa tidak bisa lepas dari dinamika

¹¹ Ibid, hlm309

¹² Idi Subandi Ibrahim, *Budaya populer sebagai komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm121

masyarakatnya, sebuah ragam bahasa menjadi wahana berkembangnya sebuah gaya hidup dan bahkan praktik berbahasa tertentu telah menjadi gaya hidup itu sendiri. Inilah beberapa penjelasan mengenai mengapa praktik bahasa gaul merebak disebagian kalangan masyarakat:

1. Bahasa gaul digunakan demi membangun keeratan atau keintiman dalam hubungan sosial masyarakat modern. Bahasa gaul menjadi sarana komunikasi untuk meningkatkan tali persahabatan dan kehangatan dalam relasi sosial sehari-hari. Bagi mereka yang tidak piawai menggunakan bahasa gaul dalam pergaulan sosialnya bisa dipastikan tidak akan banyak teman dan akan tenggelam dalam kesendirian kemudian dia akan dicap sebagai generasi yang kurang “gaul”. Dengan demikian bahasa gaul menjadi basis untuk meniti karir, membangun persahabatan, meningkatkan kehangatan, atau menjalin cinta kasih. Karena bahasa ini berciri informal, cair, riang, ramai, sehingga lebih komunikatif dikalangan anak-anak muda yang dibesarkan dalam teks-teks budaya pop dengan corak wacana bacaan, tontonan sinetron, telenovela, dan produk hiburan lainnya.
2. Bahasa gaul merupakan perlawanan terhadap formalitas dalam berbahasa “baik dan benar”. Disini tampak praktik berbahasa dianggap sebagai ekspresi kreativitas penuturnya. Kreativitas berbahasa sub-kultur anak muda dipandang sebagai upaya untuk keluar dari kemapanan ragam berbahasa yang umumnya dipakai dalam komunikasi sosial dan publik. Kalau dilihat dari praktik berbahasa gaul dikalangan anak muda sebagai bagian dari pola ekspresi budaya, maka masih belum ada tanda-tanda yang kuat bahwa

penggunaan jenis bahasa demikian adalah ungkapan atau ekspresi resistensi atas ketidakpuasan politik mereka terhadap realitas sosial politik yang mereka rasakan. Sikap-sikap yang terlihat seperti pembangkangan, seringkali sebenarnya hanyalah sikap main-main yang menggunakan simbol-simbol protes.

Ini mengingatkan akan keragaman ekspresi dikalangan anak muda Indonesia yang pernah diamati oleh Hooker. Melihat kecenderungan pola ekspresi di kalangan anak muda perkotaan di Indonesia, Hooker berkesimpulan bahwa dulu dan sekarang, kebanyakan pemuda Indonesia berperan sebagai konsumen kebudayaan. Memang keragaman ekspresi di kalangan anak muda mencerminkan juga beranekanya ekspresi dikalangan masyarakat yang lebih luas. Pola ekspresi keduanya berbeda-beda menurut selera, lokasi, kelas, penghasilan, pendidikan, dan sampai seberapa dalam mereka tersentuh dengan arus budaya dari luar, termasuk budaya global. Selain itu menurut Hooker, “keliru juga diartikan sebagai pernyataan pemberontakan politik gaya bahasa yang disukai remaja perkotaan Indonesia, termasuk slogan yang tertulis pada kaos oblong dan lirik music rock, betapapun kata-kata itu bernada ketidakpuasan atau menandai sikap yang gila-gilaan”.¹³

3. Ekspresi bahasa sebagai pementasan gaya hidup dan gaya hidup itu sendiri. Karena bahasa lebih sering tampil sebagai bagian penting dari ungkapan politik identitas penuturnya. Penggunaan bahasa menjadi medium komunikasi

¹³ Virginia Matheson Hooker, “*Ekspresi: Kreatif Biarpun Tertekan*”, dalam Donald K. Emerson (ed.). *Indonesia Beyond Soeharto: Negara, Ekonomi, Masyarakat, Transisi*, (Jakarta: Gramedia & The Asia Foundation Indonesia, 2001), hlm.508

untuk mengungkapkan identitas suatu komunitas atau sub-kultur dengan selera budaya tertentu. Sebagaimana diketahui, cara berbahasa berkaitan erat dengan bagaimana membangun identitas komunitas. Dalam arus kapitalisasi budaya massa cenderung menularkan sesuatu yang serba mudah dan serba santai seperti saat ini, maka sesuatu yang dianggap rumit, pelik, serius, kaku, dan formal akan ditinggalkan atau bahkan dilecehkan. Begitu pula dengan selera dan gaya generasi muda saat ini dalam berbahasa. Bahasa gaul dianggap memenuhi selera budaya anak muda yang merasa menjadi bagian lapis masyarakat yang suka gaul, suka santai, dan suka budaya gaul. Maka tidak heran jika ekspansi bahasa gaul pun terus meningkat di berbagai lapisan masyarakat, di kota dan di desa, di Jawa dan di luar Jawa.

Dalam konteks pertumbuhan kaum urban dan kelas menengah Indonesia mutakhir, aktivitas pergaulan tidak bisa lagi dipahami hanya sebatas keinginan untuk memenuhi kebutuhan saling berkomunikasi dan berinteraksi dalam transaksi sosial yang saling menghargai dan dihargai atau saling mencintai dan dicintai. Akan tetapi, dalam masyarakat mutakhir pergaulan adalah ajang pementasan gaya hidup, unjuk gigi dipentas konsumsi massa. Ketika pergaulan menjadi mode, maka gaya bahasa merupakan komoditas yang modis. Tular-menular gaya hidup dan nilai-nilai di tengah budaya kawula muda kini benar-benar menemukan tempatnya yang subur lewat industri budaya hiburan yang berkembang bersamaan dengan pertumbuhan televisi swasta di tanah air.

Budaya anak muda ini telah mendapatkan salurannya lewat industri budaya pop anak muda. Industri budaya ini tidak lain adalah media populer khusus remaja yang belakangan ini telah tumbuh bersamaan dengan transisi sosial-politik dimana anak muda

menjadi bagian di dalamnya. Melihat sejumlah perubahan penting dalam bidang media anak muda, baik dilihat dari segi kuantitas, teknologi, dan partisipasi publik pembacanya. Sayangnya, relatif sedikit upaya dilakukan untuk mengkaji bahasa media anak muda ini secara mendalam. Padahal bahasa merupakan inti dari komunikasi media.

B. Kajian Teori

Teori Individual Differences (Teori Perbedaan Individual)

Teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur ini lengkapnya adalah “*Individual Differences Theory of Mass Communication Effect*”. Teori *Individual Differences*, yang merupakan pengembangan dari model S-O-R, khalayak dalam menerima pesan dianggap bersifat pasif, namun Defleur kemudian melakukan modifikasi terhadap model tersebut dengan teori yang disebut “perbedaan individual”.

Defleur dalam Onong Uchjana Effendi, menjelaskan bahwa “setiap khalayak akan memberikan respon yang berbeda-beda terhadap pesan-pesan media jika berkaitan dengan kepentingannya”.¹⁴ Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam melainkan beragam. Hal ini disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

¹⁴ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), hlm.57-58

Anggapan dasar teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula.

Teori perbedaan individual ini mengandung rangsangan-rangsangan khusus yang menimbulkan interaksi yang berbeda terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Oleh karena terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi anggota khalayak itu, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul efek yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu. Tetapi dengan berpegang tetap pada pengaruh variabel-variabel kepribadian (yakni menganggap khalayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama) teori tersebut tetap akan memprediksi keseragaman tanggapan terhadap pesan tertentu.

Dengan menggunakan teori perbedaan individual ini khalayak dapat mempersepsikan sebuah tayangan media serta dapat menyerap pesan-pesan yang disampaikan oleh media itu. Dalam mempersepsikan sebuah tayangan akan melalui beberapa proses diantaranya mulai dari penerimaan informasi, menafsirkan isi pesan, melihat kejadian-kejadian menariknya dan pesan yang terkandung dalam tayangan tersebut.

Kesimpulan dari teori *Individual Differences* adalah, bahwa khalayak dalam menerima rangsangan yang disampaikan melalui suatu media mempunyai karakteristik yang berbeda-beda atau bersifat heterogen, walaupun pesan atau rangsangan yang disampaikan sama, namun tanggapan yang terjadi akan berbeda-beda antar satu khalayak dengan yang lainnya.

