

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian atau metode riset ini memiliki makna asal dari bahasa Inggris. Metode sendiri berasal dari kata *method*, yang berarti ilmu yang menerangkan cara-cara yang ditempuh untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan kata penelitian sendiri juga berasal dari terjemahan bahasa Inggris *research* yang terdiri dari kata *re* (mengulang), dan *search* (pencarian, penelusuran dan penyelidikan), maka *research* berarti melakukan pencarian, sehingga langkah egois dan sistematis tentang pencarian yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisa, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan solusinya⁶⁴.

Sesuai dengan jenis penelitiannya yakni Penelitian Analisis Teks Media (ATM) yang bersifat non kancah, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci. Dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Definisi ini lebih melihat perspektif emik dalam penelitian yaitu memandang sesuatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci, dibentuk dengan

⁶⁴ Wardi Bachtiar, Metode Penelitian Dakwah, (Jakarta : Logos Wacana, 1999), hlm 1

kata-kata, gambaran holistik, dan rumit.⁶⁵ Dari kajian tentang definisi-definisi tersebut dapatlah disintensiskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Setiap penelitian memiliki pendekatan yang berbeda, tergantung dengan metode masing-masing. Pendekatan penelitian kualitatif ditentukan oleh karakter penelitian kualitatif, yang tentu berbeda dengan karakter penelitian kuantitatif. Menurut Creswel (2012) karakter utama dalam penelitian kualitatif adalah: Pertama, penelusuran problem dan pengembangannya secara detail terpusat pada satu fenomena tertentu. Kedua, literatur atau teori dan peraturan yang digunakan menjadi sandaran dalam merumuskan problem. Ketiga, dalam merumuskan masalah dan pertanyaan penelitian serta tercapainya tujuan penelitian secara umum, ditentukan oleh pengalaman langsung peneliti berpartisipasi dalam sosial setting pada studi pendahuluan “grand tour” hingga proses penelitian yang dilaksanakan “mini tour”. Keempat, pengumpulan data bertolak dari pilihan kata yang sederhana atau khusus hingga yang lebih luas atau lebih umum. Kelima, analisis data

⁶⁵ Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 6

yang dideskripsikan dan tema-tema yang ditampilkan dalam analisis diinterpretasikan menjadi makna. Keenam, penulisan laporan penelitian, baik menyangkut struktur dan berbagai bentuk penyajian data sangat fleksibel dan ditentukan oleh refleksi subjektivitas peneliti.⁶⁶

Dilihat dari sudut kawasannya, penelitian kualitatif dibagi ke dalam dua hal. Pertama, penelitian kepustakaan (library research). Kedua, penelitian lapangan (field research). Penelitian kepustakaan mengandalkan data-datanya hampir sepenuhnya dari perpustakaan sehingga penelitian ini lebih populer dikenal dengan penelitian kualitatif deskriptif kepustakaan atau penelitian bibliografis dan ada juga yang mengistilahkan dengan penelitian non reaktif, karena ia sepenuhnya mengandalkan data-data yang bersifat teoritis dan dokumentasi yang ada di perpustakaan. Sedangkan penelitian lapangan mengandalkan data-datanya di lapangan (social setting) yang diperoleh melalui informan dan data-data dokumentasi yang berkaitan dengan subjek penelitian (emik).⁶⁷

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan penelitian kualitatif deskriptif kepustakaan atau penelitian bibliografis, karena mengandalkan dokumentasi berupa iklan di media televisi, serta menggunakan teori-teori dari buku sebagai literatur. Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah iklan yang mengandung pesan dakwah.

⁶⁶ Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: Referensi, 2013), hlm. 4

⁶⁷ Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: Referensi, 2013), hlm. 6

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data adalah seluruh informasi empiris dan dokumentatif yang diperoleh di lapangan sebagai pendukung ke arah konstruksi ilmu secara ilmiah dan akademis. Data penelitian adalah “*things know or assumed*”, yang berarti bahwa data itu sesuatu yang dianggap atau diketahui. Diketahui artinya sesuatu yang sudah terjadi sebagai fakta empirik. Manfaat data adalah untuk memperoleh dan mengetahui gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan, dan untuk membuat keputusan atau memecahkan persoalan, karena persoalan yang timbul pasti ada penyebabnya. Maka, memecahkan persoalan ditujukan untuk menghilangkan faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya persoalan tersebut.⁶⁸

Jenis data utama yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data berupa audio visual yang terdapat dalam Iklan Pertamina Ramadhan Jogja 2013. Sedangkan data-data pendukung atau pelengkap data utama yang

⁶⁸ Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: Referensi, 2013), hlm. 99

dapat digunakan oleh peneliti adalah buku-buku ataupun literatur lainnya yang menunjang dan ada kaitannya dengan bahasan penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data adalah sumber-sumber yang dimungkinkan seorang peneliti mendapatkan sejumlah informasi atau data-data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian, baik data utama maupun data pendukung. Sumber data dapat diperoleh dari lembaga atau situasi sosial, subjek informan, dokumentasi lembaga, badan, historis, ataupun dokumentasi lainnya. Semua informasi yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut belum tentu semuanya akan digunakan, karena peneliti harus mensortir ulang antara yang relevan dan tidak. Data-data ini dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan yang telah disistematisir dalam kerangka penulisan laporan. Ini yang menurut Spradlay (1980) dikelompokkan ke dalam, domain, komponensial dan taksonomi serta membangun tema-tema yang akan diurai melalui data penelitian.⁶⁹

Berdasarkan pengertiannya yakni sumber data sebagai sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mendapatkan data atau informasi dalam

⁶⁹ Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: Referensi, 2013), hlm. 107

sebuah penelitian, baik utama ataupun pendukung. Maka, sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi berupa iklan di televisi yang didapatkan dari youtube. Data-data ini nantinya akan dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan yang telah disistematisir dalam kerangka penulisan laporan.

C. Unit Analisis

Unit analisis adalah merupakan sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang diteliti. Unit analisis merupakan suatu penelitian yang dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya dan pada penelitian kualitatif pada dasarnya analisis data mempergunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, komparasi, dan sejenisnya.⁷⁰ Sedangkan dalam pengertian lain, *Unit of analysis* adalah pesan yang akan diteliti melalui analisis berupa gambar, judul, kalimat, paragraf, dan adegan dalam isi film atau keseluruhan isi pesan.⁷¹ Adapun dalam penelitian kali ini yang berjudul Makna Pesan Dakwah dalam Iklan Pertamina Ramadhan Jogja 2013 (analisis semiotik Roland Barthes), objek penelitian ini adalah pesan dakwah dalam iklan Pertamina Ramadhan Jogja yang disampaikan melalui media televisi.

⁷⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm 149

⁷¹ Dody M. Ghozali, *Communication Measurement; Konsep Dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relation*, (Bandung: Simbiosis Ekatama Media, 2005), hlm 149

D. Tahapan Penelitian

Untuk mendapatkan hasil yang sistematis dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan tahap-tahap penelitian yang sistematis sebagai langkah untuk mempermudah dan mempercepat dalam proses penelitian. Adapun tahap-tahap yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Menentukan Tema

Pada tahap pertama yaitu menentukan tema yang akan digunakan sebagai bahan penelitian. Peneliti lebih banyak melakukan pengamatan terhadap data berupa dokumen. Mencari topik yang menarik, dalam penelitian ini topik yang menarik bagi peneliti adalah menemukan makna dakwah pada Iklan Pertamina Ramadhan Jogja 2013.

2. Merumuskan Masalah

Merumuskan jenis penelitian yang berpijak pada kemenarikan topik, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini, hingga pada rasionalitas mengapa sebuah topik diputuskan untuk diuji. Dalam merumuskan masalah, peneliti menentukan banyak opsi untuk merumuskan masalah. Hal ini peneliti lakukan agar dapat merumuskan masalah sesuai dengan tema yang dipilih.

3. Menentukan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun data-data tersebut seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya yakni melalui audio visual pada Iklan Pertamina Ramadhan Jogja 2013.

4. Menentukan Metode Analisis

Menentukan metode analisis, mengingat tujuan kajian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menemukan makna dakwah pada Iklan Pertamina Ramadhan Jogja 2013, maka peneliti memutuskan menggunakan analisis semiotik sebagai metode penelitiannya.

5. Melakukan Analisis Data

Melakukan analisis data yang didasarkan pada aspek ideologi, interpretan kelompok, frame work budaya, aspek sosial, komunikatif tidaknya sebuah pesan yang terkandung dalam lambang tersebut. Pada tahap ini, kemampuan peneliti memberi makna kepada data. Merupakan unsur reliabilitas dan validitas dari sebuah data.

Identifikasi data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini yakni dengan cara menetapkan dan menentukansymbol-simbol yang terdapat

dalam Iklan Pertamina Ramadhan, sesuai dengan pembahasan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menentukan cerita dengan mengamati gerakan (*visual*) dan dialog (*audio*) yang mengandung muatan makna dakwah dengan pertimbangan sesuai dengan yang terdapat dalam rumusan masalah.

6. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan adalah jawaban dari tujuan penelitian yang berada pada tataran konseptual/teoritis sehingga peneliti harus menghindari kalimat-kalimat empiris.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, harus disesuaikan dengan persoalan, paradigma, teori dan metodologi. Dalam hal ini, setelah peneliti berhasil mendapatkan data dan informasi dari obyek yang diteliti, langkah yang diambil kemudian yaitu menyajikan secara utuh tanpa melakukan tambahan maupun pengurangan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan obyek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam skripsi ini, yakni:

1. Teknik Observasi

Observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat

standar lain untuk keperluan tersebut. Adapun dalam observasi ini, peneliti melakukan pengamatan dengan cara melihat dan mendengarkan langsung iklan tersebut untuk mendapatkan data konsep yang sesuai dengan apa yang sudah di observasi itu memang benar-benar ada. Maka dengan ini peneliti melakukan pengamatan secara detail dan mendalam terhadap objek kajian yang diteliti, yakni Iklan Pertamina Ramadhan Jogja 2013.

2. Teknik Dokumentasi

Selain teknik observasi, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi. Pengumpulan data melalui dokumentasi diperlukan seperangkat alat atau instrument yang memandu untuk pengambilan data-data dokumen. Ini dilakukan agar dapat menyeleksi dokumen mana yang dibutuhkan secara langsung dan mana yang tidak.

Data dokumen yang digunakan pada penelitian ini berupa tayangan iklan “Ramadhan Jogja” yang diunduh melalui internet. Selanjutnya ada data pendukung yang berasal dari tangan kedua atau ketiga, dan dalam penelitian ini data pendukung yang peneliti gunakan adalah kajian pustaka dari buku-buku, ataupun literatur lain yang terkait dengan pembahasan skripsi.

F. Teknik Analisis Data

Peneliti berusaha memahami realitas yang ada bahwa televisi sebagai media yang cocok digunakan dalam penyampaian pesan dan cepat mempengaruhi perubahan pola pikir masyarakat khususnya melalui tayangan iklan. Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan analisis semiotik sebagai acuan dalam menggali fenomena tersebut.

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Secara terminologis, semiotik dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.⁷²

Analisis semiotik adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Sedangkan, semiotik dalam antropologi pada hakikatnya berarti penerapan konsep-konsep semiotik dalam pengkajian kebudayaan, atau anggapan bahwa kebudayaan itu sendiri merupakan sebuah sistem semiotik. Konsep pokok dalam semiotik sendiri adalah “tanda” (sign).⁷³

⁷² Indriawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 7

⁷³ Masinambow, Hidayat, Rahayu S, *semiotik : mengkaji tanda dalam artifak* (Jakarta : Balai Pustaka, 2001), Hal. 24

Tujuan dari analisis semiotik adalah berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai konstruksi sosial dimana pengguna tanda tersebut berada. Lechte mendefinisikan semiotik adalah teori tentang tanda dan penanda lebih jelasnya lagi semiotik adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* “tanda-tanda” dan berdasarkan pada *sign sistem* (code) sistem tanda. Sedangkan menurut Charles Sanders Peirce semiotik adalah suatu hubungan di antara tanda, objek, dan makna.⁷⁴

Sekurang-kurangnya terdapat Sembilan macam semiotik yang kita kenal sekarang yaitu:

- a. *Semiotik analitik*, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Peirce menyatakan bahwa semiotik berobjekan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
- b. *Semiotik deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap

⁷⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), Hal. 15

seperti yang di saksikan sekarang, misalnya langit yang mendung menandakan bahwa hujan tidak lama lagi akan turun.

- c. *Semiotik fauna (zoosematic)*, yakni semiotik yang khusus memperhatikan *sistem* tanda yang dihasilkan oleh hewan.
- d. *Semiotik cultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Telah diketahui bahwa masyarakat sebagai makhluk sosial memiliki budaya tertentu yang telah turun-temurun dipertahankan dan dihormati. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga merupakan sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakan dengan masyarakat yang lain.
- e. *Semiotik naratif*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berjudul mitos dan cerita lisan(*folklore*). Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan, ada di antaranya memiliki nilai cultural tinggi.
- f. *Semiotik natural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang *dihasilkan* oleh alam. Air sungai yang keruh menandakan di hulu sungai telah turun hujan.
- g. *Semiotik sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.
- h. *Semiotik Structural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanefestasikan melalui struktur bahasa.

Ferdinand De Saussure menjelaskan, semiotika adalah “ilmu yang mempelajari peran tanda (sign) sebagai bagian dari kehidupan sosial”. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari struktur, jenis, tipologi, serta relasi-relasi tanda dalam penggunaannya di dalam masyarakat. Oleh sebab itu semiotika mempelajari relasi diantara komponen-komponen tanda, serta relasi antara komponen-komponen tersebut dengan masyarakat penggunanya. Semiotika mempunyai tiga bidang studi utama.⁷⁵

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya manusia sendirilah yang mampu memahaminya.
2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Dalam hal ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya
3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tandatanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.

⁷⁵ Indiwana Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 20

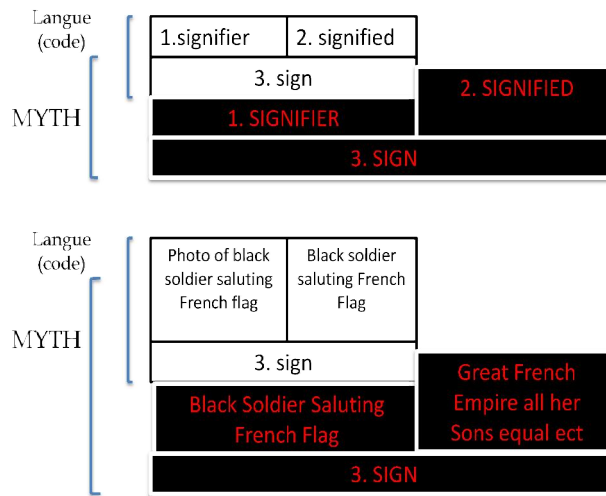
Sesuai dengan penjelasan tersebut peneliti menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes dalam menganalisis Iklan Pertamina Ramadhan Tahun 2013 di Televisi dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan cultural penggunaannya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya.

Teori Barthes merupakan penerus pemikiran Saussure dengan mengembangkan pembedaan penanda dan petanda ke arah yang lebih dinamis. Barthes dianggap memberikan sumbangan yang menyempurnakan semiologi Saussure, karena Barthes menganggap bahwa tanda denotatif yang terdiri atas penanda dan petanda pada saat yang bersamaan merupakan juga penanda konotatif. Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material. “Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaanya”.⁷⁶

⁷⁶ Indiwani Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 21

Tahapan Pertandaan atau Order of Significations Roland Barthes:⁷⁷

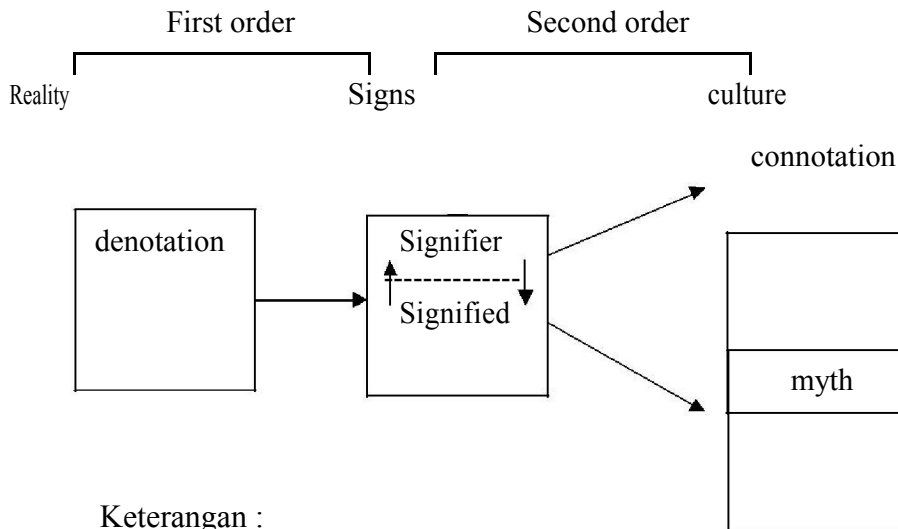
Gambar 3.1



Jika Saussure menggambarkan tanda yang terdiri dari signifier dan signified maka Roland Barthes, salah satu pengikut Saussure membuat model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatian Barthes lebih tertuju pada signifikasi dua tahap seperti terlihat pada gambar berikut:

⁷⁷ Arthur Asa Berger, *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2010), hlm 65

Gambar 3.2
signifikasi dua tahap Roland Barthes⁷⁸



Keterangan :

Dari gambar signifikasi dua tahap Barthes dapat dijelaskan bahwa, signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Tahap ini disebut sebagai makna denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Sedangkan signifikasi tahap kedua menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaan. Pada signifikasi tahap kedua tanda bekerja melalui mitos dalam tingkat subyektif sehingga kehadirannya tidak disadari. Tahap ini disebut dengan makna konotasi.

1. DENOTASI

a. Makna paling nyata (sign)

⁷⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung : Rosdakarya 2001), hlm127

- b. Hubungan antar signifier (ekspresi) dan signified (content) di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal
 - c. Deskripsi dasar
 - d. Apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek
2. KONOTASI
- a. Menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai kebudayaan
 - b. Memiliki makna SUBJEKTIF atau paling tidak INTERSUBJEKTIF
 - c. Bagaimana cara menggambarkan tanda terhadap sebuah objek
3. METAFORA
- a. Mengkomunikasikan dengan analogi
 - b. Didasarkan pada IDENTITAS
4. SIMILE
- a. Subkategori Metafora
 - b. Menggunakan kata “SEPERTI”
5. METONIMI
- a. Mengkomunikasikan dengan asosiasi
 - b. Menghubungkan sesuatu yang kita ketahui dengan sesuatu yang lain

6. SYNECDOCHE

- a. Subkategori Metonimi
- b. Memberi makna “KESELURUHAN” atau “SEBALIKNYA”
- c. Sebuah bagian untuk mengasosiasikan dengan keseluruhan bagian tersebut

7. INTERTEXTUAL

Hubungan antar teks (tanda). Untuk memperlihatkan bagaimana teks saling bertukar satu dengan yang lain, sadar atau tidak sadar