

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Pokok-pokok dan Ruang Lingkup Komunikasi

Manusia pada hakikatnya sebagai makhluk individu maupun sebagai makhluk sosial, memiliki dorongan ingin tahu, ingin maju dan terus berkembang, maka salah satu sarannya adalah melalui komunikasi. Komunikasi merupakan inti dari semua hubungan sosial, apabila orang telah mengadakan hubungan atau berinteraksi baik langsung atau tidak, maka system komunikasai yang mereka lakukan akan menentukan apakah system tersebut dapat mempererat atau mempersatukan mereka, mengurangi ketegangan atau melenyapkan persengketaan apabila muncul.¹⁸

Fungsi komunikasi sebagai media interaksi sosial setidaknya mengisaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri seseorang, sebagai aktualisasi dari apa yang seseorang inginkan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi seseorang dapat bekerjasama dengan anggota masyarakat (ke luarga, komunitas belajar, dan lain sebagainya) untuk mencapai tujuan. Pada sisi lain, komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya suatu masyarakat, baik secara horizontal, dari suatu

¹⁸ A. W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hal 4-6.

masyarakat kepada masyarakat yang lain, ataupun secara vertikal, dari suatu generasi kepada generasi berikutnya.

Alferd Korzybski menyatakan, sebagaimana yang dikutip oleh Mullyana, bahwa :

“Kemampuan manusia berkomunikasi menjadikan mereka pengikat waktu (time-binder). Pengikatan waktu (time-binding) merujuk pada kemampuan manusia untuk mewariskan pengetahuan dari generasi ke generasi dan dari budaya ke budaya. Manusia tidak perlu memulai setiap generasi sebagai generasi yang baru. Mereka mampu mengambil pengetahuan masa lalu, mengujinya berdasarkan fakta-fakta mutakhir dan meramalkan masa depan. Menurut *korzybski*, pengikatan waktu itu jelas merupakan karakteristik yang membedakan dengan bentuk lain kehidupan. Dengan kemampuan tersebut, manusia mampu mengendalikan dan mengubah lingkungan mereka”.¹⁹

Dalam realitas sosial, semakin besar suatu masyarakat maka semakin banyak manusia yang dicakup, dan cenderung akan semakin banyak masalah yang timbul, akibat perbedaan-perbedaan diantara manusia yang banyak itu dalam pikirannya, perasaannya, kebutuhan yang diinginkan, sifatnya, tabiatnya, pandangan hidupnya, kepercayaannya, aspirasinya, dan lain sebagainya yang sungguh terlalu banyak untuk disebut semuanya.²⁰

Dalam pergaulan hidup manusia dimana masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam maka akan terjadi interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Karenanya, komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat mutlak bagi

¹⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar*, hal. 6-7.

²⁰ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT.Citra Aditia Bakti, 1993), hal. 27-28.

kehidupan manusia. Dalam pepatah asing berbunyi : *“Nature gave us two ears and only one mounth, so that we could listen twice as much as we speak”*. Dalam kata lain pepatah tersebut mengajak kita lebih banyak mendengar dari pada berbicara (komunikasi). Mengapa demikian? Berbicara itu mudah, tetapi berkomunikasi dengan baik belum tentu demikian halnya. Berbicara saja belum dapat menjamin apa yang dibicarakan itu dapat sampai kepada yang akan diharapkan memperolehnya.²¹

Komunikasi ada dimana-mana, dirumah ; ketika anggota-anggota keluarga berbincang-bincang ; dikampus, ketika mahasiswa berdiskusi tentang tugas yang diberikan dosen ; di kantor, ketika kepala seksi memberikan tugas kepada karyawannya ; di masjid, ketika mubaligh memberikan khutbah ; di DPR, ketika wakil rakyat memutuskan nasib bangsa, di jalanan dan kolong jembatan, ketika anak-anak jalanan sedang bercerita kepada orang tuanya tentang hasil mengemis pada hari ini. Hal itu menunjukkan bahwa komunikasi menyentuh segala aspek kehidupan. Dalam bukunya, Jalaluddin Rahmat mengutarakan :

“Dengan komunikasi kita membentuk saling pengertian, saling mengharhai antar sesama, memelihara kasih sayang, menyebarkan pengetahuan, dan melestarikan peradaban. Tetapi dengan komunikasi pula kita juga menyebarkan perpecahan, perseteruan, menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian, merintangi kemajuan, dan menghambat pemikiran. Begitu penting, begitu meluas, dan begitu akrab komunikasi dengan diri kita sehingga diri kita semua merasa tidak perlu lagi mempelajari komunikasi”.²²

²¹ A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, hal. 5.

²² Jalaluddin Rahmad, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hal. vii.

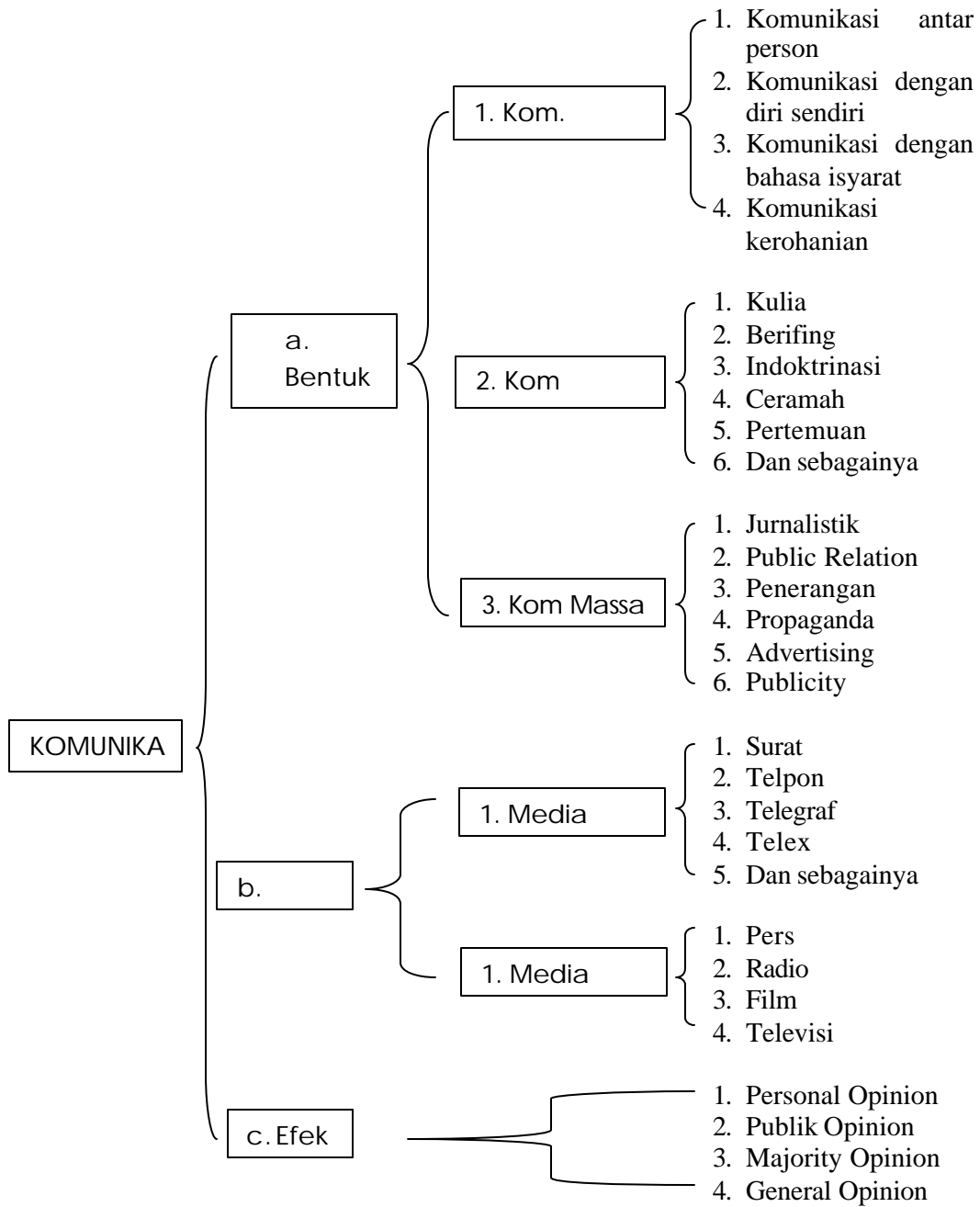
Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu atau dengan mempergunakan sesuatu alat. Banyak komunikasi yang terjadi dan berlangsung tetapi kadang-kadang tidak tercapai kepada sasaran dan target tentang maksud apa yang dikomunikasikan tersebut. Hal itu dimungkinkan adanya komunikasi yang kurang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan sehingga terjalin persesuaian hubungan diantara keduanya. Dalam mengkaji komunikasi, A.W. Widjaja berpendapat bahwa :

“Melalui komunikasi orang dapat merencanakan masa depannya, mampu membentuk kelompok atau komunitas dan lain-lain. Dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan informasi, opini, ide, gagasan, konsepsi, pengetahuan, perasaan, sikap, perbuatan, dan sebagainya kepada sesamanya secara timbal balik, baik sebagai penyampai maupun penerima komunikasi. Dengan berkomunikasi orang dapat mengutarakan berbagai pengalamannya kepada orang yang dikehendaki, sehingga pengalaman itu menjadi milik orang lain pula. Sehingga dengan demikian, akan terbinalah perkembangan kepribadiannya baik sebagai individu pribadi maupun komunitas sosial, serta tercapainya pula kehidupan bersama dan bermasyarakat”.²³

Dengan berkembangnya komunikasi maka dengan sendirinya lingkup komunikasi mengalami perubahan yang mendasar. Banyak ahli komunikasi yang mendefinisikan lingkup komunikasi, namun pada dasarnya perkembangan tidak menyimpang dari konsep diatas tadi. Untuk menguraikan lingkup komunikasi dapat dilihat pada bagan dalam Gambar 1 (bagan lingkup komunikasi).

²³ A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, hal. 5 – 6.

Gambar 1.1
Bagan Lingkup Komunikasi



Sumber : H.A.W. Widjaja dalam *"Komunikasi dan Hubungan Masyarakat"* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2008) hal. 7.

a. Pengertian dan Definisi Komunikasi

Onong Uchjana Effendy membagi Pengertian komunikasi dari dua sudut pandang, yaitu komunikasi dalam pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatic sebagai berikut :

1) Pengertian komunikasi secara umum

Dalam pengertian komunikasi secara umum dapat dilihat dari dua pandangan :

a) Pengertian komunikasi secara epistemologi

Secara *etimologis* atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communication*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Perkataan *communis* tersebut dalam pembahasan kita ini sama sekali tidak ada kaitanya dengan partai komunis yang sering dijumpai dalam kegiatan politik. Arti *communis* disini adalah *sama*, dalam arti kata *sama makna* mengenai suatu hal.

Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya, jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi berlangsung. Dengan lain perkataan, hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif. Sebaliknya jika ia tidak mengerti, komunikasi tidak akan berlangsung. Dengan lain perkataan, hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif.

b) Pengertian komunikasi secara terminologis

Secara *terminologis* komunikasi berarti suatu proses penyampaian pernyataan atau pesan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dimaksud disini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing disebut *human communication*, yang sering kali juga disebut komunikasi sosial atau *social communication*. Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antar manusia dinamakan *komunikasi sosial* atau *komunikasi kemasyarakatan* karena hanya kepada manusia-manusia yang bermasyarakat terjadinya komunikasi. Masyarakat terbentuk dari paling sedikit dua orang yang saling berhubungan dan berinteraksi antar sesamanya dengan komunikasi sebagai penjalinannya.

2) Pengertian komunikasi secara paradigmatis

Dalam pengertian komunikasi secara paradigmatis, komunikasi mengandung arah dan tujuan tertentu ; ada yang dilakukan secara lisan, secara tertulis, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film maupun media non massa, misalnya surat telepon, papan pengumuman, poster, sepuang, dan sebagainya. jadi komunikasi

dalam pengertian paradigmatis bersifat internasional (internasional), mengandung tujuan ; karena itu harus dilakaukan dengan perencanaan. Se jauh mana kadar perencanaan itu, tergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada kmunikan yang dijadikan sasaran.

Mengenai pengertian komunikasi secara paradigmatis ini banyak definisi dari para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi itu dapat disimpulkan secara lengkap dengan menampilkan maknanya yang hakiki, yaitu komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk member tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau prilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung dengan melalui media.

Dari definisi tersebut tersimpul tujuan komunikasi, yakni memberi tahu atau mengubah sikap (attitude), pendapat (opinion), atau prilaku (behavior). Sedangkan ditinjau dari segi penyampaian pernyataan, komunikasi yang bertujuan bersifat informatif dan persuasif.²⁴

Sedangakan Deddy Mulyana, dari pandangan beberapa tokoh pakar komunikasi seperti John R. Wenburg dan Wiliam W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodekan, setidaknya membagi konseptualisasi komunikasi menjadi tiga kerangka pemahaman yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan

²⁴ Onong U Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1986), hal. 1- 6.

komunikasi sebagai interaksi.²⁵ Adapun Joseph A Devito memandang bahwa komunikasi merupakan sebuah proses, suatu kegiatan. Walaupun kita mungkin membicarakan komunikasi seakan-akan itu merupakan sesuatu yang statis, yang diam, komunikasi tidak seperti itu. Segala hal dalam komunikasi selalu berubah ; kita, orang yang kita ajak berkomunikasi, dan lingkungan kita.²⁶

b. Sifat komunikasi

Ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Komunikasi verbal (*verbal communication*)
 - a) Komunikasi lisan (*oral communication*)
 - b) Komunikasi tulisan (*written communication*)
- 2) Komunikasi nirverbal (*nonverbal communication*)
 - 1) Komunikasi isyarat (*gestural/body/ communication*)
 - 2) Komunikasi gambar (*pictorial communication, dll.*
 - 3) Komunikasi tatap muka (*face to face communication*)
 - 4) Komunikasi bermedia (*mediated communication*).²⁷

c. Fungsi Dan Tujuan Komunikasi

1) Fungsi Komunikasi

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai

²⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Sebagai Pengantar*,hal. 67.

²⁶ Joseph A Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta : Professional Books, 1997) hal. 47.

²⁷ Onong U Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1984), hal. 53.

kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap system sosial adalah sebagai berikut :

- a) Informasi : pengumpulan, penyimpanan, pemerosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b) Sosialisasi (pemasarakatan) : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif didalam masyarakat.
- c) Memberi motivasi : menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- d) Perdebatan dan diskusi : menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.

- e) Pendidikan : pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- f) Memajukan kebudayaan : penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangun imajenasi dan mendorong kreatifitas dan kebutuhan estetika.
- g) Hiburan : penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari drama, tari kesenian, kesusastaan, musik dan olah raga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
- h) Integrasi : menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.²⁸

2) Tujuan Komunikasi

Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain :

- a) Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti.
- b) Memahami orang lain
- c) Supaya gagasan kita dapat diterima orang lain
- d) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu

²⁸ A.W. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*,hal. 9-11.

Pandangan lain dikemukakan oleh Onong U Effendy bahwasanya ada empat pokok tujuan komunikasi, yaitu :

- a) Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- b) Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
- c) Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- d) Mengubah masyarakat (*to change the society*)²⁹

Hal ini dapat di tarik kesimpulan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk mengharapkan pengertian, dukungan gagasan dan tindakan.

d. Proses Komunikasi

Dari pengertian komunikasi diatas, tampak adanya sejumlah komponen dan unsur yang dicakup dan persaratan terjadinya komunikasi. Dalam bahasa komunikasi komponen atau unsur adalah sebagai berikut :

- 1) Sumber (*Source*), sumber merupakan dasar yang digunakan didalam penyampaian pesan, yang digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dan sejenisnya.
- 2) komunikator = penyampai pesan (*Communicator*)

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya. dalam komunikator menyampaikan pesan kadang-kadang komunikator dapat menjadikan komunikan sebaliknya komunikan bisa menjadi komunikator.

²⁹ Onong U Effendy, *Dinamika Komunikasi*..... hal. 53.

3) Pesan (*Message*)

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan idealnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah dalam usaha untuk mencoba mengubah sikap dan tingka laku komunikan. Bentuk pesan dapat bersifat :

- a) *Informatif* ; sifat Pesan ini memberikan keterangan- keterangan dan kemudian komunikan dapat muda mengambil kesimpulan sendiri.
- b) *Persuasif* ; Pesan yang disampaikan bersifat bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan rupa pendapat atau sikap sehingga ada perubahan. Tetapi perubahan yang terjadi itu adalah atas kehendak sendiri.
- c) *Coresif* ; Memaksa dengan menggunakan sangsi-sangsi. Bentuk yang terkenal dari penyampaian secara ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan diantara sesamanya dan pada kalangan public. Coresif dapat berbentuk perintah, intruksi, dan sejenisnya.

4) Saluran (*Channel*)

Saluran komunikasi selalu menyampaikan pesan yang didapat diterima melalui panca indra atau menggunakan media. Pada dasarnya komunikasi yang sering dilakukan dapat berlangsung menurut dua saluran, yaitu :

- a) Saluran formal atau yang bersifat resmi, biasanya saluran ini mengikuti garis wewenang dari suatu organisasi, yang timbul dari tingkat paling tinggi dalam sebuah organisasi atau komunitas ke tingkat yang paling bawah dari organisasi.
- b) Saluran informal atau yang bersifat tidak resmi, saluran ini terbentuk dari beberapa kabar angin, desas-desus, kabar burung. Itu terjadi karena orang lain mengetahui sesuatu yang berhubungan erat dengan dirinya, kelompok atau komunitasnya.

5) Penerima pesan (*Communican*)

Komunikasi atau pihak penerima pesan dapat digolongkan dalam tiga jenis, yakni person, kelompok dan massa. Atau dengan perkataan lain dari segi obyek sasarannya komunikasi dapat dibedakan, yaitu :

- a) komunikasi person, komunikasi ini ditujukan kepada sasaran tunggal, bentuknya dapat berupa : anjang soro, tukar pikiran dan sebagainya. komunikasi person efektifnya paling tinggi karena komunikasinya timbal balik dan terkonsentrasi.
- b) Komunikasi Kelompok, ditujukan kepada kelompok atau komunitas tertentu. Bentuk komunikasi ini dapat berupa ceramah, briefing, indoktrinasi, penyuluhan, pelatihan dan lain sebagainya.
- c) Komunikasi massa, komunikasi ini ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Massa disini adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya tidak jelas

dan tidak mempunyai struktur tertentu. Bentuk komunikasi ini sangat efisien karena dapat menjangkau daerah yang luas dan pendengar yang praktis tak terbatas. Namun komunikasi massa kurang efektif dalam pembentukan sikap person karena komunikasi massa tidak dapat langsung diterima oleh massa tetapi melalui *opinion leader*, ialah yang menerjemahkan apa yang disampaikan dalam komunikasi massa itu kepada komunikan.

6) Hasil (*Effect*)

Effect adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingka laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang diharapkan. Jika sikap dan tingka laku orang lain itu sesuai, maka berarti komunikasi berhasil dan demikian sebaliknya.³⁰

2. Pola -pola Komunikasi

Istilah Pola Komunikasi bisa disebut juga sebagai model komunikasi tetapi maksudnya sama, yaitu system yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan pendidikan keadaan masyarakat. Pola adalah bentuk atau model (atau, lebih abstrak, suatu peraturan) yang biasa di pakai untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika yang di timbulkan cukup mencapai suatu sejenis untuk pola dasar yang dapat di tunjukan atau terlihat.³¹

³⁰ A.W. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*,..... hal. 11-20.

³¹ Ansori, *Istilah Pola Komunikasi*, (<http://id.wikipedia.org> diakses 20 Mei 2010)

Pola komunikasi merupakan sebuah model dari prosa komunikasi, sehingga dengan adanya beraneka ragam model komunikasi dan bagian dari prosa komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan prosa komunikasi, karena pola komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan, dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan prosa komunikasi.³²

Pola Komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan serta keterpautan antara unsur-unsur yang di cakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Komunikasi adalah salah satu bagian dari hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari dari pengertian ini jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana seorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia itu.

Teoritikus komunikasi menciptakan pola atau model-model (*models*), sebagai representasi sederhana dari hubungan-hubungan kompleks diantara elemen-elemen dalam proses komunikasi, untuk mempermudah dalam memahami proses komunikasi yang rumit. Mengingat banyaknya model-model komunikasi yang berkembang saat ini, penulis hanya menyampaikan tiga pola komunikasi yang paling utama yang sering kita

³² Onong U Effendi, *Dinamika Komunikasi*,.....hal. 33.

jumpai dalam realitas kehidupan sosial. Beberapa model atau pola-pola komunikasi tersebut sebagai berikut :

a. Model Linier : Komunikasi sebagai aksi

Pandangan ini mengasumsikan bahwasanya pendekatan pada komunikasi manusia terdiri atas beberapa elemen kunci, dimana sumber (source), atau pihak pengirim pesan mengirimkan pesan (message) pada penerima (receiver) yang akan menerima pesan tersebut. Si penerima pesan adalah orang yang akan mengartikan pesan tersebut. Semua proses komunikasi ini terjadi dalam sebuah saluran (channel), yang merupakan jalan untuk berkomunikasi. Saluran ini biasanya langsung berhubungan dengan indra pengelihatan, perasa, penciuman, dan pendengar. Dalam pola ini, komunikasi juga melibatkan gangguan (noise), yang merupakan semua hal yang tidak dimaksudkan oleh sumber informasi.

b. Model Intraksional : Komunikasi sebagai interaksi

Model komunikasi intraksional (*interactional model of communication*) ini lebih menekankan pada proses komunikasi dua arah diantara dua komunikator, dengan kata lain komunikasi berlangsung dua arah : dari pengirim pesan kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim pesan. Elemen yang paling penting dalam pola atau model ini adalah adanya umpan balik (*feedback*) atau tanggapan terhadap suatu pesan. Umpan balik dapat berupa verbal ataupun nonverbal, sengaja maupun tidak sengaja. Umpan balik amat membantu komunikator untuk mengetahui apakah pesan mereka telah tersampaikan atau tidak dan sejauh

mana pencapaian makna terjadi. Dalam model intraksional umpan balik terjadi setelah pesan diterima, tidak saat pesan dikirim. Adapun elemen atau bagian lain yang terpenting dalam konsep komunikasi interaksional ditandai dengan adanya bidang pengalaman (*field of experiences*) seseorang, budaya atau keturunan yang dapat mempengaruhi kemampuan berkomunikasi dengan cara lainnya. Setiap peserta komunikasi membawa pengalaman yang unik dan khas dalam setiap perilaku komunikasi yang dapat mempengaruhi komunikasi yang terjadi.³³

c. Model Transaksional : Komunikasi sebagai transaksi

Model komunikasi transaksional (*transactional model of communication*) (Barnlund, 1970) menggaris bawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi, dimana pengirim dan penerima pesan sama-sama bertanggung jawab terhadap dampak dan efektifnya komunikasi yang terjadi. Dalam model transaksional, orang membangun kesamaan makna, apa yang dikatakan orang dalam sebuah transaksi sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalamannya di masa lalu.

3. Anak Jalanan

Sebelum membahas anak jalanan, maka terlebih dahulu penulis akan mendefinisikan beberapa suku kata sebagai berikut :

Anak, merupakan usia seseorang yang masih hidup dibawah umur (dibawah umur 20 tahun), dan biasanya masih selalu hidup dan berkumpul

³³ Rohim, H. Syaiful, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi* (Jakarta : Rineka Cipta, 2009) hal. 15.

dengan orang tuanya. *Anak jalanan* yang dimaksud disini adalah anak yang memanfaatkan sebagian besar hidupnya untuk bekerja atau melakukan kegiatan-kegiatan sehari-hari dijalanan. Dengan demikian bahwa keberadaan anak jalanan yang sebagian besar dapat dilihat diberbagai kota yang ada diindonesia, khususnya yang ada dipinggir bantaran kali. Dan ini tersebar di tempat-tempat keramaian yang memungkinkan mereka untuk melekukan aktivitas khususnya bekerja untuk dapat hidup dalam kota-kota besar.

Dalam pandangan sri sanututi hariadi bahwa anak jalana adalah anak yang berusia dibawah 20 tahun yang menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk bekerja dijalan (pedagang Koran, pengamen, dan lain sebagainya).³⁴ Sedangkan dalam kesepakatan konvensi nasional bahwa anak jalanan adalah anak yang menghabiskan waktu untuk mencari nafkah atau berkelainan dijalan dan tempat-tempat umum lainnya.³⁵

Anak jalanan pada dasarnya adalah mereka yang jauh dari perhatian, pendidikan orang tua, yang bekerja, bertempat tinggal di jalanan dengan beraneka ragam aktifitas, mengamen, mengemis dan menjual jasa bahkan sampai berbuat tidak baik (merampok, mencuri). Itu di lakukan untuk memenuhi kebutuhan ekomomi.

Ada beberapa kategori anak jalanan, yaitu: (dirangkum dari berbagai sumber) :

³⁴ Sri Sanututi Hariadi dan Bagong Suyanto, *Anak Jalanan di Jawa timur*, (Surabaya : Airlangga University, 1999), hal. 1

³⁵ Departemen Sosial, *Modul Pelatihan Anak Jalanan Untuk Tenaga Lapangan* ,.....hal.1.

- a. *Children of the street*; kategori ini hidup 24 jam di jalan. Mereka makan, tinggal, tidur dan bekerja di jalan. Tidak ada relasi ataupun kontak dengan keluarga, tidak pulang ke rumah (walau ada rumah) dan tidak bersekolah.
- b. *Children on the street*; anak jalanan kategori ini masih memiliki keluarga dan pulang ke rumah. Mereka hanya menjadikan jalan sebagai lokasi bekerja dan bermain. Kategori ini dikabarkan meningkat seiring dengan krisis yang terjadi (kenaikan harga BBM maupun krisis ekonomi lainnya) Mereka kebanyakan turut bekerja untuk membantu orang tua membiayai pendidikan mereka.
- c. *Children vulnerable to be on the street*; kelompok ini adalah kelompok rawan atau beresiko menjadi anak jalanan 'tulen'. Pasalnya kategori ini sebenarnya cenderung hanya bermain-main saja di jalan. Mereka biasanya hanya ikut serta bersama kawan-kawan mereka yang masuk di kategori 1 & 2. Kebanyakan kategori ini mengaku tertarik dengan 'gaya hidup' anak jalanan, seperti bebas dan punya uang. Disebut kategori rawan, karena anak-anak tinggal menantikan kala pemicu untuk menjadi anak jalanan kategori 1 atau 2. Kala pemicu itu antara lain, kekerasan dalam rumah tangga, perceraian orang tua, dan bencana (banjir, kebakaran, penggusuran).³⁶

³⁶ ³⁶ Harry Veryanto Sihite, "Menyoal Nasib Anak Jalanan", *Jurnal Umum*, (online) jilid 2, no. 5 (<http://www.analisadaily.com>, diakses 15 Mei 2010)

4. Studi Etnografi Komunikasi

Studi etnografi komunikasi adalah pengembangan dari antropologi linguistik yang difahami dalam konteks komunikasi. Studi ini diperkenalkan pertama kali oleh Dell Hymes pada tahun 1962, sebagai kritik terhadap ilmu linguistik yang terlalu memfokuskan diri pada fisik bahasa saja. Definisi etnografi komunikasi sendiri adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayaan³⁷.

Etnografi komunikasi (*ethnography of communication*) juga dikenal sebagai salah satu cabang ilmu dari Antropologi, khususnya turunan dari Etnografi Bahasa (*ethnography of speaking*). Disebut etnografi komunikasi karena Hymes beranggapan bahwa yang menjadi kerangka acuan untuk memberikan tempat bahasa dalam suatu kebudayaan haruslah difokuskan pada komunikasi bukan bahasa.³⁸ Bahasa hidup dalam komunikasi, bahasa tidak akan mempunyai makna jika tidak dikomunikasikan.

Pada hakikatnya, etnografi komunikasi adalah salah satu cabang dari antropologi, khususnya antropologi budaya. Definisi etnografi sendiri adalah uraian terperinci mengenai pola-pola kelakuan suatu suku bangsa dalam etnologi (ilmu tentang bahasa-bahasa). Etnografi komunikasi ini lahir karena karena baik etnografi maupun linguistik sering mengabaikan sebagian besar bidang komunikasi manusia, dan hanya menjadikannya sebagai sarana untuk

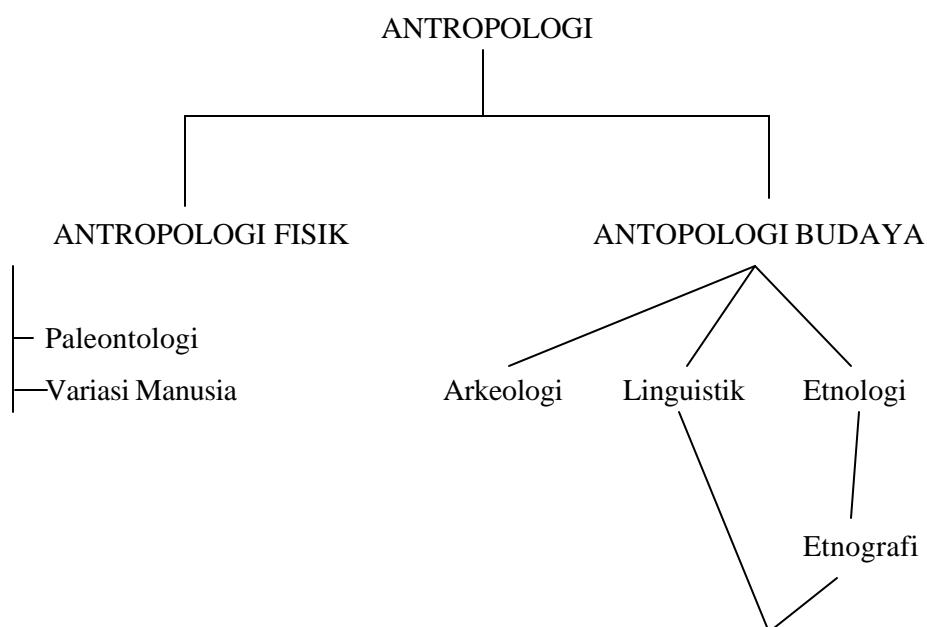
³⁷ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*,.....hal. 2-3.

³⁸ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*,.....hal. v-vi.

mecapai topic tertentu saja. Jadi komunikasi sering di pandang sebagai hal yang subside.³⁹

Untuk melihat kedudukan etnografi komunikasi dalam antropologi, di gambarkan dalam diagram berikut ini :

Gambar 1. 2
Kedudukan Etnografi Komunikasi Dalam Ilmu Antropologi



Etnografi of communication ← Etnografi of Speaking ← Etnologi Linguistik
Sumber : dikembangkan oleh engkus kuswarsono dari Ibrohim, 1990 dan Ibrahim, 1992).⁴⁰

Hymes menyebutkan bahwa linguistik yang memandang bahasa sebagai system yang abstrak, telah mengabstraksikan bidang kajiannya dari sisi pertuturan. Sedangkan antropologi mengabstraksikan dirinya dari bentuk

³⁹ Engkus Kuswarno *Metode Penelitian Etnografi komunikasi*..... hal. 12.

⁴⁰ Abd Syukur Ibrahim, *Panduan Penelitian Etnografi Komunikasi*. (Surabaya: Usaha Nasional, 1992) hal. 283.

tuturan. Jadi sebenarnya, kedua cabang ilmu tersebut telah mengabstraksikan bahasa dari pola penggunaannya.⁴¹ Hal inilah yang tidak di sadari oleh keduanya, dan kemudian di pelajari lebih lanjut oleh etnografi komunikasi, sebagai cabang ilmu yang berdiri sendiri yang mampu menjembatani keduanya, sekaligus membahas pola penggunaan bahasa.

Singkatnya, etnografi komunikasi merupakan pendekatan terhadap sosiolinguistik bahasa, yaitu melihat penggunaan bahasa secara umum dihubungkan dengan nilai-nilai sosial dan kultural. Sehingga tujuan deskripsi etnografi adalah untuk memberikan pemahaman global mengenai pandangan dan nilai-nilai suatu masyarakat sebagai cara untuk menjelaskan sikap dan perilaku anggotanya⁴². Dengan kata lain etnografi komunikasi menggabungkan sosiologi (analisis intraksional dan identitas peran) dengan antropologi (kebiasaan penggunaan bahasa dan filosofis yang melatarbelakanginya) dalam konteks komunikasi, atau ketika bahasa itu di pertukarkan.⁴³

Oleh karena itu, membahas etnografi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari antropologi, sebagai ilmu induk yang membantu dalam proses kelahirannya. Namun demikian, ia juga membutuhkan analisis linguistik, interaksi (sosiologi), dan komunikasi untuk menjelaskan fenomena-fenomena komunikasi yang di temuinya. Etnografi komunikasi telah menjelma menjadi disiplin ilmu baru yang mencoba untuk merestrukturisasi perilaku komunikasi dan kaidah-kaidah di dalamnya, dalam kehidupan sosial yang sebenarnya.⁴⁴

⁴¹ Abd Syukur Ibrahim, *Panduan penelitian Etnografi Komunikasi*..... hal. 12.

⁴² Ibid,... hal. 13

⁴³ Engkus Kuswarno *Metode Penelitian Etnografi Komunikasi*..... hal. 13.

⁴⁴ Ibid,... hal.13.

B. Kajian Teoritik

Dalam rangka melacak teori komunikasi, kiranya perlu di jelaskan pengertian teori dan teori komunikasi dengan jalan menelaah pemikiran komunikasi secara khusus. Karena seperti yang kita ketahui bahwa bukan para cendikiawan eropa saja yang mengkaji tentang komunikasi, akan tetapi para ilmuwan dari benua Amerika pun turut serta dalam mengkaji ilmu komunikasi. Wilbur schramm dalam bukunya “ Introduction To Mass Communication Research” (Nafziger & Whaite, 1972 : 10) mendefinisikan teori sebagai berikut :

“A set of related statements, at a high level of abstraction, from which propositions can be generated that are testable by scientific measurements and the basis of which predictions can be made about behavior”.

(Suatu perangkat pernyataan yang saling berkaitan, pada abstraksi dengan kadar yang tinggi, dan dari padanya proposisi yang tinggi, dan dari padanya proposisi bisa dihasilkan yang dapat diuji secara ilmiah, dan pada landasanya dapat dilakukan prediksi mengenai perilaku).⁴⁵

Untuk memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian ini, maka perlu ada landasan teori yang bisa di jadikan bahan rujukan dan pedoman dasar. Mengingat proses kelahirannya, etnografi komunikasi banyak mendapatkan bantuan dari disiplin ilmu yang lain, yaitu bahasa, kebudayaan dan komunikasi itu sendiri. . sumbangan- sumbangan tersebut pada akhirnya

⁴⁵ Rohim, H. Syaiful, 2009. Teori Komunikasi Prespektif, Ragam, & Aplikasi, Jakarta : Rineka cipta, hlm 58

memperikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana komunikasi, bahasa, dan kebudayaan di pandang secara alamiah. Hal ini di perlukan karena sebelumnya gejala-gejala sosial termasuk komunikasi, di pandang seperti gejala alam yang universal dan dapat di ubah dengan teknik tertentu. Berikut ini beberapa teori yang sesuai dengan pendekatan yang penulis teliti, yaitu :

1. Teori Interaksi Simbolik (*Symbolic Interactionism*)

Teori Interaksi symbolic berinduk pada prespektif fenomenologi. Istilah fenomenologi, menurut Natanson, merupakan satu istilah ge netic yang merujuk pada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap kesadaran manusia dan makna obyektifnya sebagai titik sentral untuk memperoleh pengertian atas tindakan manusia dalam sosial masyarakat. Namun pada tahun 1950- an dan 1960-an prespektif fenomenologis mengalami kemunduran. Surutnya prespektif fenomenologis memberikan tantangan bagi para ilmuan untuk memunculkan teori baru dalam bidang ilmu sosial. Kemudian munculah teori interaksi simbolik yang segera mendapat tempat utama dan mengalami perkembangan pesat sampai sekarang ini.

Max Weber adalah orang yang turut berjasa besar dalam memunculkan teori interaksi simbolik. Beliau pertama kali mendefinisikan tindakan sosial sebagai sebuah prilaku manusia pada saat person memberikan makna subyektif terhadap prilaku yang ada. Sebuah tindakan bermakna sosial manakala tindakan tersebut timbul dan berasal dari

kesadaran subyektif dan mengandung makna *intersubyektif*. Artinya, terkait dengan orang di luar dirinya. Teori Intraksi simbolik dipengaruhi oleh struktur sosial yang membentuk atau menyebabkan perilaku tertentu yang kemudian membentuk simbolisasi dalam interaksi sosial masyarakat. Teori ini menuntut setiap individu mesti proaktif, reflektif dan kreatif untuk menafsirkan, menampilkan perilaku yang unik, rumit dan sulit diinterpretasikan. Teori interaksi simbolik menekankan pada dua hal. *Pertama*, Manusia dalam masyarakat tidak pernah terlepas dari interaksi sosial. *Kedua*, bahwa interaksi dalam masyarakat mewujudkan dalam simbol-simbol tertentu yang sifatnya cenderung dinamis.

Pada dasarnya teori interaksi simbolik berakar dan berfokus pada hakikat manusia yang adalah makhluk relasional. Setiap individu pasti terlibat dengan relasi dengan sesamanya. Artinya diri manusia muncul dalam dan melalui interaksi dengan yang ada di luar dirinya. Simbol itu biasanya di sepakati bersama baik dalam skala kecil ataupun skala besar. Simbol tersebut bisa di contohkan simbol bahasa, tulisan, dan simbol-simbol yang lainnya yang dipakai bersifat dinamis dan unik.⁴⁶

2. Model intraksional : Komunikasi sebagai interaksi

Model interaksional dikembangkan oleh *Wilber Schramm* (1954) yang menitik beratkan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Dengan kata lain komunikasi berlangsung dua arah : dari

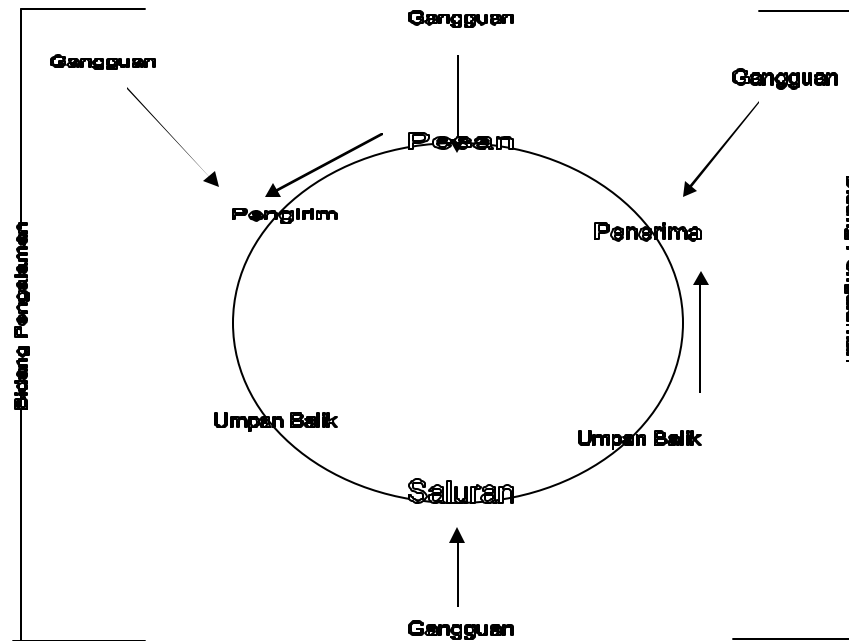
⁴⁶ Onong Uchjana Effendi, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 1993), hal. 75 - 76

pengirim kepada penerima dan sebaliknya dari penerima kepada pengirim. Proses ini dapat digambarkan seperti siklus lingkaran yang menunjukkan bahwa proses komunikasi selalu berlangsung. Pandangan intraksional mengilustrasikan bahwa seseorang dapat menjadi pengirim maupun penerima dalam sebuah interaksi, tetapi tidak menjadi keduanya sekaligus.

Elemen yang paling penting dalam metode ini adalah umpan balik (*feedback*) atau tanggapan terhadap suatu pesan. Umpan balik dapat berupa verbal ataupun nonverbal, sengaja maupun tidak sengaja. Umpan balik amat membantu komunikator untuk mengetahui apakah pesan mereka telah tersampaikan atau tidak dan sejauh mana pencapaian makna terjadi. Dalam model intraksional umpan balik terjadi setelah pesan diterima, tidak saat pesan dikirim. Adapun elemen atau bagian lain yang terpenting dalam konsep komunikasi interaksional ditandai dengan adanya bidang pengalaman (*field of experiences*) seseorang, budaya atau keturunan yang dapat mempengaruhi kemampuan berkomunikasi dengan cara lainnya. Setiap peserta komunikasi membawa pengalaman yang unik dan khas dalam setiap perilaku komunikasi yang dapat mempengaruhi komunikasi yang terjadi.⁴⁷ Secara skematis dapat dilihat dalam gambar 3 (Model Komunikasi intraksional) berikut ini :

⁴⁷ Rohim, H. Syaiful, **Teori Komunikasi Prespektif, Ragam, & Aplikasi**.....hal. 15.

Gambar 1. 3
Model komunikasi intraksional



Sumber : Richard West, Lynn H. Turner, *“Teori komunikasi ; Analisa dan Aplikasi,* (Jakarta : Salemba Humanika) hal.12

C. Penelitian Terdahulu

Ada banyak penelitian yang dilakukan berkaitan dengan anak jalanan. Dibawah ini akan kami sebutkan beberapa penelitian yang hamper sesuai dengan penelitaian yang peneliti teliti.

1. Pola komunikasi Anak Tunarungu Studi Etnografi Komunikasi pada keterampilan interaksi Anak Tunarungu di sekolah luar biasa bagian B yayasan penyelenggara pendidikan dan pengajaran bagi anak-anak

Tunarungu (SLB/B YP3ATR) cisendo bandung. Yang di tulis Ciantini Suci Wati, Mahasiswa menegemen komunikasi fakultas ilmu komunikasi UNPAD. Dalam hasil penelitian ini menyebutkan bahwa anak tunarungu secara alamiah menggunakan dua saluran komunikasi secara bersamaan dalam aktifitas komunikasinya. Kedua saluran tersebut adalah bahasa lisan dan bahasa isyarat. Penggunaan dua saluran komunikasi inilah yang menjadi indikator utama peristiwa-peristiwa khas pada perilaku komunikasi anak tunarugu. Yang menjadi pembeda dari penelitian penulis adalah subyek dan obyek penelitian, dalam hal ini penulis menggunakan anak jalanan sebagai obyek penelitian.

2. Simbol Verbal Komunikasi Anak Jalanan (Studi tentang komunikasi verbal anak-anak jalanan di terminal Purbaya-Bungorasih-Waru-Sidoarjo).sekripsi ini ditulis oleh mahasiswa komunikasi fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, dalam penelitiannya penulis lebih mengara dan terfokus pada simbol-simbol verbal komunikasi anak jalanan. Hal itu tentunya berbeda dengan penelitian pola komunikasi anak jalanan, selain penggunaan simbol-simbol verbal juga ada hubungan interaksi yang menentukan proses dan hasil komunikasi dapat berjalan baik atau tidak.