

## **Bab II**

### **KERANGKA TEORITIK**

#### **a. Kajian Pustaka**

##### **1. Pengertian Komunikasi**

Berbicara tentang komunikasi, maka kita pun selain membicarakan komunikasi itu sendiri, tidak terlepas kaitannya dengan transmisi, publisistik, public dan publikasi<sup>9</sup>. Sejauh itu pula kita ingin mengetahui Ilmu Komunikasi, kita selalu bertanya dan atau menanyakan apa sebenarnya Ilmu Komunikasi atau komunikasi itu. “kata Tanya” yang lazim dipergunakan adalah apa, mengapa, siapa, bilamana, dimana dan bagaimana. Pada mulanya, komunikasi yang teta hanya terdapat ada masyarakat kecil, kelomok orang yang hidup berdekatan yang merupakan satu unit politik. Tetapi sekarang, akibat dari kecepatan media informasi dan kompleksnya berbagai macam hubungan , maka komunikasi telah menjadi masalah semua orang.

Istilah komunikasi saat ini sudah demikian populer dan dipergunakan oleh kebanyakan orang. Ia dipergunakan dalam semua kesempatan baik dalam pembahasan maupun membicarakan berbagai masalah. Manusia sebagai makhluk individu maupun sosial memiliki dorongan ingin tahu, ingin maju dan berkembang, maka salah satu sarannya adalah komunikasi. Karenanya komunikasi merupakan kebutuhan yang sangatlah penting bagi kehidupan manusia bermasyarakat. Komunikasi memberikan sesuatu kepada orang lain dengan kontak tertentu atau dengan mempergunakan sesuatu alat. Banyak komunikasi

---

<sup>9</sup> Widjaja, *Ilmu Komunikasi*, ( Jakarta:Rineka Cita, 2000 ), hlm 1

terjadi dan berlangsung tetapi kadang-kadang tidak tercapai kepada sasaran tentang apa yang dikomunikasikan itu. Dimungkinkan adanya komunikasi yang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan kalau terjalin persesuaian diantara keduanya. Komunikasi sebagai semua kegiatan yang disengaja dilakukan untuk menyampaikan rangsangan.

<sup>10</sup>Terlaksananya komunikasi yang baik, banyak rintangan yang ditemui dan dihadapi, baik rintangan yang bersifat fisik, individual, bahasa dan sampai perbedaan arti yang dimaksud oleh orang yang diajak berkomunikasi. Saling pengertian dapat terjadi dengan menggunakan bahasa yang baik sehingga pihak yang menerima dapat mengerti apa yang diberika atau yang dipesankan. Apabila berbicara tentang komunikasi, maka yang muncul akan selalu terarah kepada unsur – unsur komunikasi, yaitu :

a. Sumber

Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. <sup>11</sup>Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut source, sender, atau encoder.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan,

---

<sup>10</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, ( Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010 ), hlm 68

<sup>11</sup> Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm 7

informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau informasi

c. Media

Media adalah alat sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. Akan tetapi, media yang dimaksud dalam buku ini, ialah media yang digolongkan atas empat macam, yakni: Media antarpribadi, untuk hubungan perorang (antarpribadi) media yang tepat digunakan ialah kurir /utusan, surat, dan telepon. Media kelompok,

Dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya, rapat, seminar, dan konferensi. Rapat biasanya digunakan untuk membicarakan hal-hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi. Seminar adalah media komunikasi kelompok yang biasa dihadiri 150 orang. Konferensi adalah media komunikasi yang dihadiri oleh anggota dan pengurus dari organisasi tertentu. Ada juga orang dari luar organisasi, tapi biasanya dalam status peninjau.

Media publik, kalau khalayak lebih dari 200-an orang, maka media komunikasi yang digunakan biasanya disebut media publik. Misalnya rapat akbar, rapat raksasa dan sebagainya. Media massa, jika khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat

yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Hafied Cangara, 2008;123-126).

d. Communican ( penerima pesan)

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut audience atau receiver. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak adanya penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

e. Effect (hasil)

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan .

Dalam proses komunikasi tersebut , komunikator data menjadi komunikan dan sebaliknya. Dijelaskan pula tentang faktor – faktor yang harus diperhatikan komunikator.

Pesan mempunyai inti pesan (tema) yang menjadi pengarah dalam mempengaruhi orang lain dan mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikasi. Yang lebih efektif dapat diperhatikan pula bentuk – bentuk pesan informative, persuasive, dan koersif. Media menggunakan media umum maupun media khusus. Media umum biasanya digunakan untuk komunikasi massa. Komunikasi data digolongkan menjadi tiga yaitu ; komunikasi personal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Efek atau hasil adalah hasil akhir dari proses komunikasi. Efek dapat dilihat dari *personal opinion, public opinion, dan majority opinion*. Dalam hal ini diutarakan pula tentang faktor – faktor lain dalam proses komunikasi diantaranya : *fact finding, planning, communicating, dan evaluating*.

Komunikasi atau communicaton berasal dari bahasa Latin communis yang berarti 'sama'. Communico, communicatio atau communicare yang berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana definisi komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, definisi komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*).

Pada awalnya, definisi komunikasi digunakan untuk mengungkapkan kebutuhan organis. Komunikasi mengacu ada tindakan oleh satu orang atau lebih.<sup>12</sup> Sinyal-sinyal kimiawi pada organisme awal digunakan untuk reproduksi. Seiring dengan evolusi kehidupan, maka sinyal-sinyal kimiawi primitif yang digunakan dalam berkomunikasi juga ikut berevolusi dan membuka peluang terjadinya perilaku yang lebih rumit seperti tarian kawin pada ikan. Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Bentuk umum komunikasi manusia termasuk bahasa sinyal, bicara, tulisan, gerakan, dan penyiaran.

---

<sup>12</sup> Joseph, *Komunikasi Antarmanusia*, (Jakarta: Harercollins Publisher, 1996), hlm 23

Definisi komunikasi dapat berupa interaktif, komunikasi transaktif, komunikasi bertujuan, atau komunikasi tak bertujuan|tak bertujuan. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, definisi komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut.<sup>13</sup> Walaupun definisi komunikasi sudah dipelajari sejak lama dan termasuk “barang antik”, topik ini menjadi penting khususnya pada abad 20 karena pertumbuhan komunikasi digambarkan sebagai “penemuan yang revolusioner”, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti radio. Televisi, telepon, satelit dan jaringan komputer seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar dan politik yang mendunia.

Definisi komunikasi dalam tingkat akademi mungkin telah memiliki departemen sendiri dimana komunikasi dibagi-bagi menjadi komunikasi masa, komunikasi bagi pembawa acara, humas dan lainnya, namun subyeknya akan tetap. Pekerjaan dalam komunikasi mencerminkan keberagaman definisi komunikasi itu sendiri. Dan berikut adalah beberapa pengertian komunikasi menurut ara ahli :

1. Menurut lexicographer (ahli kamus bahasa), komunikasi adalah upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya.
2. Webster’s New Collegiate Dictionary edisi tahun 1977 antara lain menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku.

---

<sup>13</sup> Herman Subardijah, “Psikologi Olahraga”, Jurnal FIK-UNESA, Maret 2000, hlm. 54

3. Menurut Frank E.X. Dance dalam bukunya *Human Communication Theory* terdapat 126 buah definisi tentang komunikasi yang diberikan oleh beberapa ahli dan dalam buku Sasa Djuarsa Sendjaja *Pengantar Ilmu Komunikasi* dijabarkan tujuh buah definisi yang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. Definisi-definisi tersebut adalah sebagai berikut: Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).
4. Hovland, Janis & Kelley:1953 Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain.
5. Berelson dan Stainer, 1964: Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?)
6. Lasswell, 1960 Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.

Dari beberapa definisi Komunikasi menurut para ahli diatas, maka komunikasi dapat diartikan sebagai berikut: Komunikasi adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu<sup>14</sup>. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

---

<sup>14</sup> Harsuki., *Pengantar Manajemen Olahraga* ,( Jakarta: PT Raja Grafindo,2012), hlm 15

Sesuai dengan kodratnya manusia adalah sebagai makhluk pribadi dan sekaligus sebagai makhluk sosial. Dalam hal ini, bagi manusia terdapat dua kepentingan yaitu kepentingan pribadi dan kepentingan bersama (masyarakat). Kepentingan pribadi karena manusia secara pribadi berkeinginan memenuhi kepentingan pribadinya, dan kepentingan bersama karena manusia berkeinginan memenuhi kepentingan masyarakat. Yang menjadi tujuan dari setiap proses komunikasi adalah :

- a. Menciptakan pengertian yang sama atas setiap pesan dan lambang yang disampaikan, dengan maksud apa yang kita sampaikan itu dapat dimengerti oleh komunikan dengan sebaik-baiknya sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti apa yang kita maksudkan.
- b. Merangsang pemikiran pihak penerima untuk memikirkan pesan dan rangsang yang ia terima, supaya gagasan tersebut dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasif, bukan memaksakan kehendak.
- c. Melakukan suatu tindakan yang selaras sebagaimana diharapkan dengan adanya penyampaian pesan tersebut yaitu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan, kegiatan yang dimaksud disini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.
- d. Memahami orang lain, kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan, jangan mereka menginginkan kemauannya.

Manusia itu baik sebagai pribadi maupun makhluk sosial ingin memenuhi kebutuhan secara umum, yaitu apa yang kita sebut dengan kebutuhan ekonomis dan kebutuhan biologis. Untuk memenuhi kebutuhan ini manusia tidak dapat berdiri sendiri, dia harus



bekerja sama dengan orang lain atau masyarakat lain. Tanpa mengadakan kerja sama dan hubungan maka kebutuhan tersebut tidak akan dapat terenuhi. Oleh sebab itu, maka manusia baik secara pribadi maupun secara bersama – sama memerlukan dan melakukan serba berhubungan.<sup>15</sup>

## **2. Pengertian *Interpersonal Communication***

Komunikasi interpersonal biasanya didefinisikan oleh komunikasi ulama dalam berbagai cara, biasanya menggambarkan peserta yang tergantung pada satu sama lain dan memiliki sejarah bersama. Hal ini dapat melibatkan satu pada satu percakapan atau individu berinteraksi dengan banyak orang dalam masyarakat. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan menegosiasikan realitas sosial . Sementara komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai area sendiri studi, itu juga terjadi dalam konteks lain seperti kelompok dan organisasi.

Komunikasi interpersonal adalah termasuk pesan pengiriman dan penerimaan pesan antara dua atau lebih individu. Hal ini dapat mencakup semua aspek komunikasi seperti mendengarkan, membujuk, menegaskan, komunikasi nonverbal , dan banyak lagi. Sebuah konsep utama komunikasi interpersonal terlihat pada tindakan komunikatif ketika ada individu yang terlibat tidak seperti bidang komunikasi seperti interaksi kelompok, dimana mungkin ada sejumlah besar individu yang terlibat dalam tindak komunikatif. Deddy Mulyana (2005) menyatakan: “komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap

---

<sup>15</sup>Supratiknya, *Komunikasi Antarpribadi*, ( Yogyakarta: Kanisius, 1995 ), hlm 35

pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.” (Mulyana, 2005:73).

Individu juga berkomunikasi pada tingkat interpersonal berbeda tergantung pada siapa mereka terlibat dalam komunikasi dengan. Sebagai contoh, jika seseorang berkomunikasi dengan anggota keluarga, bahwa komunikasi akan lebih dari mungkin berbeda dari jenis komunikasi yang digunakan ketika terlibat dalam tindakan komunikatif dengan teman atau penting lainnya. Komunikasi interpersonal melibatkan semua pikiran yang berbeda dari cara berkomunikasi individu, ide-ide, perasaan, dan keinginan kepada orang lain atau sekelompok orang. Komunikasi interpersonal adalah cara untuk mengirim pesan ke manusia lain melalui gerak tubuh, kata-kata, postur dan ekspresi wajah. Mayoritas komunikasi interpersonal menggunakan pesan non-verbal dengan sentuhan misalnya, kontak mata, nuansa vokal, kedekatan, gerak tubuh, postur, gaya berpakaian dan ekspresi wajah. Mengingat bahwa orang bisa menafsirkan isyarat non-verbal berbeda-beda, walau terlihat sederhana, komunikasi dengan orang lain terkadang sulit untuk dilakukan. Komunikasi interpersonal melibatkan paling tidak dua gaya yang berbeda.

Ada 2 jenis Komunikasi Interpersonal:

1. Komunikasi Interpersonal Langsung

Komunikasi ini melibatkan hubungan tatap muka langsung antara pengirim dan penerima pesan yang berada dalam hubungan ketergantungan. Karena kedekatan komunikasi interpersonal dan keutamaan itu ditandai oleh komponen umpan balik yang kuat. Komunikasi ditingkatkan ketika hubungan tersebut terjadi untuk jangka

waktu yang lama. Komunikasi ini dilakukan antar individu – individu<sup>16</sup>. Komunikasi interpersonal melibatkan tidak hanya kata-kata yang digunakan tetapi juga berbagai elemen komunikasi non-verbal. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi, membantu dan menemukan, serta untuk berbagi dan bermain bersama.

Komunikasi interpersonal dapat dikategorikan dari jumlah peserta dalam komunikasi tersebut. Diantaranya adalah:

- Komunikasi Dyadic melibatkan dua orang. Contoh: Dua teman bicara.
- Komunikasi Kelompok melibatkan tiga orang atau lebih. Seringkali kelompok komunikasi yang dilakukan untuk tujuan mencari pemecahan masalah atau pengambilan keputusan. Contoh: kelompok belajar mahasiswa.
- Komunikasi Publik melibatkan kelompok besar dengan gaya satu arah seperti sebuah monolog yang hanya menghasilkan umpan balik minimal. Berbagi informasi, hiburan dan persuasi umum adalah tujuan komunikasi publik. Contoh: Ceramah di kelas universitas.
- Komunikasi Penawaran Organisasi yaitu komunikasi dalam organisasi besar seperti bisnis. Hal ini kadang-kadang dianggap sebagai bagian dari komunikasi kelompok, Contoh: pada suatu perusahaan-pembahasan difokuskan antara atasan dan karyawan.

---

<sup>16</sup> Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm 3

- Komunikasi Keluarga berfokus pada pola komunikasi dalam keluarga kecil bahkan keluarga besar. Seperti halnya komunikasi organisasi, komunikasi ini juga terkadang dianggap sebagai bagian dari

Kategori umum dari komunikasi kelompok, Komunikasi keluarga dapat ditingkatkan untuk jangka waktu yang lama serta kedekatan hubungan antar peserta serta kemungkinan bahwa keluarga memiliki warisan bersama, nilai-nilai yang sama, dan ritual sosial. Polanya berbeda dalam komunikasi antar pasangan, antar orang tua dan anak, antar saudara kandung, dan dalam konteks keluarga yang lebih luas. Contoh: Percakapan selama liburan makan

## 2. Komunikasi Interpersonal Media

Komunikasi Interpersonal Mediasi melibatkan teknologi yang membantu hubungan pengirim dan penerima pesan.

- Komunikasi Dyadic disini menggunakan hubungan dua orang dengan mediasi konteks bukanlah face-to-face. Contoh: Dua rekan bisnis menggunakan telepon atau e-mail.
- Kelompok Komunikasi yang menghubungkan sekelompok kecil orang. Contoh: Teleconference dalam jarak-kelas belajar.

Komunikasi ini menawarkan keuntungan yang memungkinkan orang untuk berkomunikasi melalui jarak atau membutuhkan rentang waktu tertentu yang tidak akan mungkin dilakukan dalam komunikasi langsung. Contohnya adalah: penggunaan E-mail dan ponsel, Teknologi komputer memungkinkan orang untuk melakukan pekerjaan mereka tanpa hadir secara fisik, yang memungkinkan mereka untuk bekerja dari rumah mereka atau

dari tempat dimanapun seluruh dunia. Seperti komunikasi langsung, komunikasi ini bisa formal atau informal, pribadi atau publik. Umpan balik dapat segera atau ditunda. Mesin bahkan dapat membantu dalam komunikasi melalui bahasa yang berbeda yang mungkin menjadi hambatan dalam komunikasi langsung.

Secara keseluruhan, komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan baik dan tidak langsung media komunikasi langsung seperti tatap muka interaksi, serta komputer-mediated-komunikasi. Sukses mengasumsikan bahwa baik pengirim pesan dan penerima pesan akan menafsirkan dan memahami pesan-pesan yang dikirim pada tingkat mengerti makna dan implikasi.

Komunikasi Interpersonal berlangsung antar dua individu, karenanya pemahaman komunikasi dan hubungan antar pribadi menempatkan pemahaman mengenai komunikasi dalam proses psikologis. Setiap individu dalam tindakan komunikasi memiliki pemahaman dan makna pribadi terhadap setiap hubungan dimana dia terlibat di dalamnya. Hal terpenting dari aspek psikologis dalam komunikasi adalah asumsi bahwa diri pribadi individu terletak dalam diri individu dan tidak mungkin diamati secara langsung. Artinya dalam komunikasi interpersonal pengamatan terhadap seseorang dilakukan melalui perilakunya dengan mendasarkan pada persepsi orang yang mengamati. Dengan demikian aspek psikologis mencakup pengamatan pada dua dimensi, yaitu internal dan eksternal. Namun kita mengetahui bahwa dimensi eksternal tidaklah selalu sama dengan dimensi internalnya.

Fungsi psikologis dari komunikasi adalah untuk menginterpretasikan tanda-tanda melalui tindakan atau perilaku yang dapat diamati.<sup>17</sup> Proses interpretasi ini setiap individu berbeda. Karena setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda, yang terbentuk karena

---

<sup>17</sup> Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm 73

pengalaman yang berbeda pula. Keterampilan komunikasi tidak hanya mengacu pada cara di mana kita berkomunikasi dengan orang lain. Tetapi meliputi banyak hal seperti cara bagaimana kita menanggapi lawan bicara kita, gerakan tubuh serta mimik muka, nada suara kita dan banyak hal lainnya. Sistem komunikasi interpersonal dijelaskan dalam Buku Psikologi Komunikasi dituliskan bahwa dalam sistem komunikasi interpersonal ada hal-hal penting tentang:

#### 1) Persepsi Interpersonal

Persepsi adalah suatu proses pengenalan atau identifikasi sesuatu dengan menggunakan panca indera (Drever dalam Sasanti, 2003). Kesan yang diterima individu sangat tergantung pada seluruh pengalaman yang telah diperoleh melalui proses berpikir dan belajar, serta dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam diri individu. Sabri (1993) mendefinisikan persepsi sebagai aktivitas yang memungkinkan manusia mengendalikan rangsangan-rangsangan yang sampai kepadanya melalui alat inderanya, menjadikannya kemampuan itulah dimungkinkan individu mengenali milieu (lingkungan pergaulan) hidupnya.

Proses persepsi terdiri dari tiga tahap yaitu

1. pengideraan
2. pengorganisasian berdasarkan prinsip- prinsip tertentu.
3. stimulasi pada penginderaan diinterpretasikan dan dievaluasi.

Mar'at (1981) mengatakan bahwa persepsi adalah suatu proses pengamatan seseorang yang berasal dari suatu kognisi secara terus menerus dan dipengaruhi oleh informasi baru dari lingkungannya. Riggio juga mendefinisikan persepsi sebagai proses kognitif baik lewat penginderaan, pandangan, penciuman dan perasaan yang kemudian ditafsirkan. Mar'at mengemukakan bahwa persepsi di pengaruhi oleh faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala, dan pengetahuan terhadap objek psikologis. Rahmat mengemukakan bahwa persepsi juga ditentukan juga oleh faktor fungsional dan struktural.

## 2) Konsep Diri

Menurut Burns konsep diri adalah suatu gambaran campuran dari apa yang kita pikirkan orang-orang lain berpendapat, mengenai diri kita, dan seperti apa diri kita yang kita inginkan. Artinya bahwa setiap orang data mengenali dirinya sendiri.<sup>18</sup> Konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu, dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat informasi yang diberikan orang lain pada diri individu .

Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa konsep diri yang dimiliki individu dapat diketahui lewat informasi, pendapat, penilaian atau evaluasi dari orang lain mengenai dirinya. Individu akan mengetahui dirinya cantik, pandai, atau ramah jika ada informasi dari orang lain mengenai dirinya. Menurut William D. Brooks bahwa konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita mengemukakan konsep diri (self-concept) adalah gagasan tentang diri sendiri, bagaimana kita melihat diri sendiri sebagai pribadi, merasa tentang diri sendiri, dan menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana kita harapkan. Jadi, Konsep diri adalah cara pandang secara menyeluruh tentang dirinya, yang

---

<sup>18</sup> Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm 68

meliputi kemampuan yang dimiliki, perasaan yang dialami, kondisi fisik dirinya maupun lingkungan terdekatnya.

### 3) Atraksi Interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Adanya daya tarik ini membentuk rasa suka. Rasa suka pada seseorang umumnya membuat orang yang kita sukai menjadi signifikan bagi kita.

Faktor yang mempengaruhi atraksi interpersonal:

Faktor-faktor personal, meliputi:

- a) kesamaan karakteristik personal cognitive consistency theory dari Fritz Heider mengemukakan bahwa orang cenderung memiliki sikap yang sama dengan orang yang disukai
- b) tekanan emosional (stress)
- c) harga diri yang rendah
- d) isolasi sosial.

Faktor-faktor situasional:

- a) daya tarik fisik,
- b) ganjaran (reward),
- c) familiarity,
- d) kedekatan (closeness),



e) kemampuan.

#### 4) Hubungan Interpersonal.

Komunikasi efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Kegagalan komunikasi sekunder terjadi, isi pesan dipahami, tetapi hubungan dengan komunikan rusak. Anita Taylor mengatakan Komunikasi interpersonal yang efektif meliputi banyak unsur, tetapi hubungan interpersonal barangkali yang paling penting hubungan interpersonal, memerlukan komunikasi yang berkualitas. Karakteristik kehidupan sosial mewajibkan setiap individu untuk membangun sebuah relasi.<sup>19</sup>

#### **Klasifikasi Komunikasi Interpersonal**

Redding yang dikutip Muhammad (2004, p. 159-160) mengembangkan klasifikasi komunikasi interpersonal menjadi interaksi intim, percakapan sosial, interogasi atau pemeriksaan dan wawancara.

- a. Interaksi intim termasuk komunikasi di antara teman baik, anggota famili, dan orang-orang yang sudah mempunyai ikatan emosional yang kuat.
- b. . Percakapan sosial adalah interaksi untuk menyenangkan seseorang secara sederhana. Tipe komunikasi tatap muka penting bagi pengembangan hubungan informal dalam organisasi. Misalnya dua orang atau lebih bersama-sama dan berbicara tentang perhatian, minat di luar organisasi seperti isu politik, teknologi dan lain sebagainya.

---

<sup>19</sup> Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm 27

- c. . Interogasi atau pemeriksaan adalah interaksi antara seseorang yang ada dalam kontrol, yang meminta atau bahkan menuntut informasi dari yang lain. Misalnya seorang karyawan dituduh mengambil barang-barang organisasi maka atasannya akan menginterogasinya untuk mengetahui kebenarannya.
  
- d. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.<sup>20</sup> salah satu bentuk komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Misalnya atasan yang mewawancarai bawahannya untuk mencari informasi mengenai suatu pekerjaannya

### **Efektivitas Komunikasi Interpersonal**

Efektivitas Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality)

#### **1. Keterbukaan (Openness)**

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak

---

<sup>20</sup> Lexy Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : REMAJA ROSDAKARYA 2007), hlm 135

membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan hal ini. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuan, bahkan ketidaksependapatan jauh lebih menyenangkan.

Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran (Bochner dan Kelly, 1974). Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

## 2. Empati (empathy)

Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai ”kemampuan seseorang untuk ‘mengetahui’ apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.” Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Orang yang empatik mampu

memahami motivasi dan pengalaman orang lain, <sup>21</sup>perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

### 3. Sikap mendukung (supportiveness)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. <sup>22</sup>Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

### 4. Sikap positif (positiveness)

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang

---

<sup>21</sup> Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm 48

<sup>22</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ( Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi, 2011), hlm 57

memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

### 5. Kesetaraan (Equality)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya,, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan "penghargaan positif tak bersyarat" kepada orang lain.

### **3. Pengertian kekompakan**

Kekompakan adalah bekerja sama secara teratur dan rapi, bersatu padu dalam menghadapi suatu pekerjaan yang biasanya ditandai adanya saling ketergantungan. Selanjutnya Mangkuprawira (2009) menyatakan bahwa Kekompakan (cohesiveness) adalah tingkat solidaritas dan perasaan positif yang ada dalam diri seseorang terhadap kelompoknya.

Kekompakan kelompok bukanlah senjata rahasia dalam pencarian untuk peningkatan kinerja kelompok atau tim. Caranya agar berhasil adalah dengan menjaga agar ukuran kelompok-kelompok tugas tetap kecil, menyakinkan standarstandar kinerja dan sasaran-sasaran harus jelas dan dapat diterima, mencapai beberapa keberhasilan awal dan mengikuti petunjuk-petunjuk praktis.<sup>23</sup> Tim kerja yang dipilih sendiri di mana orang-orang mengangkat teman satu timnya sendiri dan cara-cara sosial selepas kerja dapat merangsang kekompakan sosio-emosional. Membantu perkembangan kekompakan sosio-emosional perlu diseimbangkan dengan kekompakan tim.

Menurut West , “Ada 5 (lima) hal yang bisa menjadi bahan latihan kekompakan dalam sebuah tim, yaitu: Komunikasi, meliputi kelancaran komunikasi, tepat dan akurat menyampaikan informasi, dan saling terbuka. Respek satu sama lain, meliputi memahami kebutuhan dan mendengarkan pendapat pihak lain, memberikan feedback konstruktif, serta member apresiasi.<sup>24</sup> Kesiapan menerima tantangan, juga kegigihan dan ketekunan dalam bekerja Kerja sama, meliputi kemampuan memahami pentingnya komitmen, kepercayaan, penyelesaian masalah bersama, kejelasan tujuan, memberi dukungan dan motivasi, serta mengakui kesuksesan.

---

<sup>23</sup> Harsuki, *Pengantar Manajemen Olahraga*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo,2012), hlm 78

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm 79

Kepemimpinan, baik memimpin orang lain, tim, maupun memimpin diri sendiri. Hal terpenting adalah bahwa teamwork harus dibangun atas dasar kekompakan yang utuh. Kekompakan ditandai dengan kuatnya hubungan antar anggota tim yang saling merasakan adanya ketergantungan dalam urutan tugas, ketergantungan hasil yang ingin dicapai dan komitmen yang tinggi sebagai bagian dari sebuah tim

#### **4. Komunikasi verbal dan non verbal**

##### 1. Komunikasi verbal

Bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (written) atau lisan (oral). Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal.<sup>25</sup> Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan. Prakteknya, komunikasi verbal bisa dilakukan dengan cara :

##### a) Berbicara dan menulis.

Umumnya untuk menyampaikan, orang cenderung lebih menyukai speaking (berbicara) ketimbang (writing). Selain karena praktis, speaking dianggap lebih mudah “menyentuh” sasaran karena langsung didengar komunikan. Namun bukan berarti pesan tertulis tidak penting. Untuk menyampaikan pesan bisnis yang panjang dan memerlukan pemahaman dan pengkajian matang, diperlukan pula penyampaian writing. Semisal penyampaian bussines report. Sangat tidak mungkin jika hanya disampaikan dengan berbicara.

---

<sup>25</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, ( Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010 ), hlm 296

b) Mendengarkan dan membaca.

Kenyataan menunjukkan, pelaku bisnis lebih sering mendapatkan informasi ketimbang menyampaikan informasi. Dan aktivitas penerimaan informasi.pesan bisnis ini dilakukan lewat proses (listening) mendengarkan dan membaca (reading). Sayangnya, kenyataan juga menunjukkan, masih banyak di antara kalangan bisnis yang tidak memiliki kemampuan dan kemauan memadai untuk melakukan proses reading dan listening ini. Sehingga pesan penting sering hanya berlalu begitu saja, dan hanya sebagian kecil yang tercerna dengan baik.

2. Komunikasi non verbal

Komunikasi non verbal ( non verbal communicarion) menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi non verbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi non verbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam persaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya.<sup>26</sup>

Kaitannya dengan dunia bisnis, komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan. Bentuk komunikasi non verbal sendiri di antaranya adalah, bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, pakaian sergam, warna dan intonasi suara. Tujuan komunikais non verbal ;

---

<sup>26</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, ( Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2010 ), hlm 349



- a) Menyediakan/memberikan informasi
- b) Mengatur alur suatu percakapan
- c) Mengekspresikan suatu emosi
- d) Memberi sifat, melengkapi, menentang atau mengembangkan pesan-pesan verbal.
- e) Mengendalikan atau mempersuasi orang lain
- f) Mempermudah tugas-tugas khusus, misalnya dalam mengajar seseorang untuk melakukan serve badminton, belajar golf dan sejenisnya.

Jenis-jenis komunikasi nonverbal :

1. Sentuhan

Sentuhan sebagai komunikasi verbal. Haptik adalah bidang yang mempelajari sentuhan sebagai komunikasi nonverbal. Sentuhan dapat termasuk: bersalaman, menggenggam tangan, berciuman, sentuhan di punggung, mengelus-elus, pukulan, dan lain-lain. Masing-masing bentuk komunikasi ini menyampaikan pesan tentang tujuan atau perasaan dari sang penyentuh. Sentuhan juga dapat menyebabkan suatu perasaan pada sang penerima sentuhan, baik positif ataupun negatif.

2. Kronemik

Penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Kronemik adalah bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal meliputi durasi yang

dianggap cocok bagi suatu aktivitas, banyaknya aktivitas yang dianggap patut dilakukan dalam jangka waktu tertentu, serta ketepatan waktu (punctuality).

### 3. Gerakan tubuh

Meliputi kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh. Dalam komunikasi nonverbal, kinesik atau gerakan tubuh meliputi kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh. Gerakan tubuh biasanya digunakan untuk menggantikan suatu kata atau frasa, misalnya mengangguk untuk mengatakan ya; untuk mengilustrasikan atau menjelaskan sesuatu; menunjukkan perasaan, misalnya memukul meja untuk menunjukkan kemarahan; untuk mengatur atau mengendalikan jalannya percakapan; atau untuk melepaskan ketegangan.

### 4. Proxemik

Yaitu jarak, tempat atau lokasi posisi. Proxemik atau bahasa ruang, yaitu jarak yang Anda gunakan ketika berkomunikasi dengan orang lain, termasuk juga tempat atau lokasi posisi Anda berada. Pengaturan jarak menentukan seberapa jauh atau seberapa dekat tingkat keakraban Anda dengan orang lain, menunjukkan seberapa besar penghargaan, suka atau tidak suka dan perhatian Anda terhadap orang lain, selain itu juga menunjukkan simbol sosial. Dalam ruang personal, dapat dibedakan menjadi 4 ruang interpersonal :

#### ·a. Jarak intim

Jarak dari mulai bersentuhan sampai jarak satu setengah kaki. Biasanya jarak ini untuk bercinta, melindungi, dan menyenangkan.

b. Jarak personal

Jarak yang menunjukkan perasaan masing - masing pihak yang berkomunikasi dan juga menunjukkan keakraban dalam suatu hubungan, jarak ini berkisar antara satu setengah kaki sampai empat kaki.

c. Jarak sosial

Dalam jarak ini pembicara menyadari betul kehadiran orang lain, karena itu dalam jarak ini pembicara berusaha tidak mengganggu dan menekan orang lain, keberadaannya terlihat dari pengaturan jarak antara empat kaki hingga dua belas kaki.

d. Jarak publik

Jarak publik yakni berkisar antara dua belas kaki sampai tak terhingga

5. Vokalik

Unsur nonverbal dalam suatu ucapan, yaitu cara bicara. Vokalik atau paralanguage adalah unsur nonverbal dalam suatu ucapan, yaitu cara berbicara. Ilmu yang mempelajari hal ini disebut paralinguistik. Contohnya adalah nada bicara, nada suara, keras atau lemahnya suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, intonasi, dan lain-lain. Selain itu, penggunaan suara-suara pengisi seperti "mm", "e", "o", "um", saat berbicara juga tergolong unsur vokalik, dan dalam komunikasi yang baik hal-hal seperti ini harus dihindari.[5]

## 6. Lingkungan

Diantaranya adalah penggunaan ruang, jarak, temperatur, penerangan, dan warna. Lingkungan juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu. Diantaranya adalah penggunaan ruang, jarak, temperatur, penerangan, dan warna

### **b. Kajian Teori**

#### 1. Teori Interaksi simbolik

Sejarah Teori Interaksionisme Simbolik tidak bisa dilepaskan dari pemikiran George Herbert Mead (1863-1931). Mead membuat pemikiran orisinal yaitu “The Theoretical Perspective” yang merupakan cikal bakal “Teori Interaksi Simbolik”. Dikarenakan Mead tinggal di Chicago selama lebih kurang 37 tahun, maka perspektifnya seringkali disebut sebagai Mahzab Chicago. Dalam terminologi yang dipikirkan Mead, setiap isyarat non verbal dan pesan verbal yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti yang sangat penting. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh orang lain, demikian pula perilaku orang tersebut. Melalui pemberian isyarat berupa simbol, maka kita dapat mengutarakan perasaan, pikiran, maksud, dan sebaliknya dengan cara membaca simbol yang ditampilkan oleh orang lain. Sesuai dengan pemikiran-pemikiran Mead, definisi singkat dari tiga ide dasar dari interaksi simbolik adalah :

a. Mind (pikiran)

Kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain.

b. Self (diri pribadi)

Kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (the-self) dan dunia luarnya.

c. Society (masyarakat)

Hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Teori interaksionisme simbolis merujuk pada karakter interaksi khusus yang berlangsung antar manusia. Aktor tidak semata-mata beraksi terhadap tindakan yang lain, tetapi dia menafsirkan dan mendefinisikan setiap tindakan orang lain. Respon aktor secara langsung maupun tidak, selalu didasarkan atas penilaian makna tersebut. Oleh karena itu, interaksi manusia di jembatani oleh penggunaan simbol-simbol penafsiran atau dengan menemukan makna tindakan orang lain. Dalam konteks itu, menurut Blumer, aktor akan memilih, memeriksa, berpikir,

mengelompokkan dan mentransformasikan makna dalam kaitannya dengan situasi dimana dan kemana arah tindakannya.

Sebenarnya, interpretasi harus tidak di anggap hanya sebagai penerapan makna-makna yang dipakai dan disempurnakan sebagai instrumen bagi pengarahan dan pembentukan tindakan.<sup>27</sup> Blumer mengatakan bahwa individu bukan di kelilingi oleh lingkungan obyek-obyek potensial yang mempermainkannya dan memebentuk perilakunya. Gambaran yang benar ialah ia membentuk obyek-obyek itu. Dalam pada itu, maka individu sebenarnya sedang merancang obyek-obyek yang berbeda, memberinya arti, menilai kesesuaiannya dengan tindakan dan mengambil keputusan berdasarkan penilaian tersebut.

Inilah yang dimaksud dengan penafsiran atau bertindak berdasarkan simbol-simbol. Dengan begitu, manusia merupakan aktor yang sadar dan reflektif, yang menyatukan obyek-obyek yang di ketahuinya melalui apa yang disebut Blumer sebagi self indication. Self indication adalah proses komunikasi yang sedang berjalan dimana individu mengetahui sesuatu, menilainya, memberinya makna dan memutuskan untuk bertindak berdasarkan makna itu. Proses self indication ini terjadi dalam konteks sosial dimana individu mencoba “mengantisipasi” tindakan-tindakan orang lain dan menyesuaikan tindakannya sebagaimana dia menafsirkan tindakan itu. Tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain:

---

<sup>27</sup> <http://dpict92.blogspot.com/2012/04/teori-interaksionisme-simbolik.html>

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia,

Tema ini berfokus pada pentingnya membentuk makna bagi perilaku manusia, dimana dalam teori interaksi simbolik tidak bisa dilepaskan dari proses komunikasi, karena awalnya makna itu tidak ada artinya, sampai pada akhirnya di konstruksi secara interpretif oleh individu melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama dimana asumsi-asumsi itu adalah sebagai berikut : Manusia, bertindak, terhadap, manusia, lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka, Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia, Makna dimodifikasi melalui proses interpretif .

2. Pentingnya konsep mengenai diri (self concept)

Tema ini berfokus pada pengembangan konsep diri melalui individu tersebut secara aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya dengan cara antara lain : Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain, Konsep diri membentuk motif yang penting untuk perilaku Mead seringkali menyatakan hal ini sebagai : "The particular kind of role thinking – imagining how we look to another person" or "ability to see ourselves in the reflection of another glass".

3. Hubungan antara individu dengan masyarakat.

Tema ini berfokus pada dengan hubungan antara kebebasan individu dan masyarakat, dimana norma-norma sosial membatasi perilaku tiap individunya, tapi pada akhirnya tiap individu-lah yang menentukan pilihan yang ada dalam sosial

kemasyarakatannya. Fokus dari tema ini adalah untuk menjelaskan mengenai keteraturan dan perubahan dalam proses sosial. Asumsi-asumsi yang berkaitan dengan tema ini adalah : Orang dan kelompok masyarakat dipengaruhi oleh proses budaya dan sosial, Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial