

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Menurut Mulyana (2005:4) kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya ‘sama’, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti ‘membuat sama’ (*to make common*). Istilah pertama *communis* adalah istilah yang paling sering dikatakan sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata – kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Definisi komunikasi menurut Fisher (1990:10) komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya melalui penggunaan simbol, kata, angka, grafik, dan lain – lain. Sedangkan menurut Effendy (1984:10) komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia. Berdasarkan definisi ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media – media tertentu.

Menurut Laswell dalam Effendy (2005:10) mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai “*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*” atau “Siapa yang

menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Paradigma *Laswell* di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

- 1) Pengirim pesan atau komunikator (*communicator, source, sender*)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Media (*channel*)
- 4) Penerima pesan atau komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- 5) Efek atau umpan balik (*effect, impact, influence, feedback*)

Jadi berdasarkan paradigma *Laswell* tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Untuk lebih jelasnya, selanjutnya akan dijelaskan dalam proses komunikasi.

2.1.2 Unsur – Unsur Komunikasi

Menurut *Laswell* dalam Deddy Mulyana Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect*”. Komunikasi itu bisa efektif apabila komunikator, komunikan, pesan, media dan efeknya jelas. *Laswell* mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Teori Komunikasi *Laswell* menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu :

- 1) Sumber (*source*). Nama lain dari sumber adalah *sender*, *communicator*, *speaker*, *encoder*, *origator* yang merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber dapat saja berupa individu, kelompok, organisasi perusahaan bahkan negara.
- 2) Pesan (*message*). Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber.
- 3) Saluran (*channel*). Saluran merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.
- 4) Penerima (*receiver*). Nama lain dari penerima adalah *destination*, *communicant*, *decoder*, *audience*, *listener*, *interpreter*. Penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.
- 5) Efek (*effect*). Efek merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan yang disampaikan oleh sumber.

Berdasarkan teori komunikasi Laswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk pesan (encode) dan penyampaian melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu. Dalam hal ini yang dimaksud dengan saluran tertentu adalah penyampaian informasi atau pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya melalui media komunikasi. Media adalah perantara, penyampai, atau penyalur.

2.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Effendy (2005:1) terbagi menjadi dua tatanan, yakni secara primer dan secara sekunder :

1) Proses komunikasi secara primer.

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media. Lambang atau simbol sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2) Proses komunikasi secara sekunder.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, teks, surat, kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak media lainnya yang sering digunakan dalam komunikasi.

2.1.4 Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Mulyana (2005), mendefinisikan simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol – simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Bahasa dimiliki bersama, karena bahasa hanya dapat

dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota – anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata – kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti.

Ketika berkomunikasi, komunikan menerjemahkan gagasan ke dalam bentuk lambang (verbal atau non verbal). Proses ini lazim disebut penyandian (*encoding*). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitu baik, untuk itu diperlukan kecermatan dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan – pesan nonverbal. Istilah non verbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata – kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi non verbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari – hari. Rakhmat (1994) mengelompokkan pesan - pesan non verbal yaitu sebagai berikut :

- 1) Pesan Kinesik.

Pesan non verbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama yaitu pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu, pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk

mengkomunikasikan berbagai makna, dan pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan.

2) Pesan Proksemik.

Pesan ini disampaikan melalui peraturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.

3) Pesan Artifaktual.

Pesan ini diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitanya dengan tubuh adalah upaya seseorang dalam membentuk citra tubuh dalam berpakaian atau penampilan.

4) Pesan Paralinguistik.

Pesan ini adalah pesan non verbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Suatu pesan verbal sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda.

5) Pesan sentuhan dan bau – bauan.

Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan memberdakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan perasaan berupa kasih sayang, marah, takut, dan lain sebagainya. Bau – bauan terutama yang menyenangkan telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan yang menandai suatu wilayah,

mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

2.1.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi dari komunikasi secara keseluruhan menurut Kasali (2005:15) :

1) Memenuhi kebutuhan fisik.

Adler dan Rodman (2003), menjelaskan bahwa orang yang kurang atau bahkan jarang menjalin hubungan dengan individu lain, berisiko tiga atau empat kali mengalami kematian. Sebaliknya, mereka yang sering menjalin hubungan mempunyai peluang hidup empat kali lebih besar.

2) Memenuhi kebutuhan identitas.

Seseorang melakukan aktifitas komunikasi dengan sesamanya, karena mereka ingin memberikan informasi bahwa mereka ada bersama kita. Komunikasi menjadi sangat penting terutama ketika bersosialisasi satu sama lain. Dengan demikian, seseorang akan mengetahui atau belajar tentang siapa dia dan siapa saya.

3) Memenuhi kebutuhan sosial komunikasi.

Dapat membantu seseorang memenuhi kebutuhan sosial mereka seperti, mengisi waktu luang, kebutuhan disayangi, kebutuhan untuk dilibatkan, kebutuhan untuk keluar dari masalah yang rumit, kebutuhan untuk rileks, dan untuk mengontrol diri sendiri atau orang lain.

4) Memenuhi kebutuhan praktis.

Salah satu fungsi utama dari komunikasi adalah kita dapat memenuhi berbagai kebutuhan praktis sehari – hari. Komunikasi seolah menjadi

kunci bagi kita, untuk membuka kesempatan kita dalam hal memenuhi kebutuhan praktis, karena kita berinteraksi dengan orang lain.

2.1.6 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yaitu sebagai berikut :

1) Mengubah sifat (*to change attitude*)

Komunikasi bertujuan untuk memengaruhi perilaku seseorang. Setelah seseorang mengemukakan informasi apa yang ingin disampaikan maka tahap selanjutnya adalah apakah seseorang akan terpengaruh atau tidak terhadap informasi atau pesan yang disampaikan dan selanjutnya apakah hal tersebut akan mengubah sifat orang tersebut atau tidak.

2) Mengubah opini (*to change opinion*)

Komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai yang diharapkan oleh komunikannya. Selaras dengan kata dasar dari *communication* yaitu *common*, yang bila didefinisikan dalam bahasa Indonesia berarti 'sama', maka sudah dapat dilihat dengan jelas bahwa memang tujuan dari komunikasi yaitu mencapai suatu kesamaan dalam hal pendapat atau opini.

3) Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

Menurut Effendy (2002:50) setelah melakukan informasi, tujuan dari komunikasi adalah agar seseorang penerima informasi tersebut akan berperilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

4) Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Menurut Effendy (2002:55) dalam poin sebelumnya, perubahan perilaku yang diharapkan lebih kepada individu atau perorangan, pada poin ini perubahan yang dititik beratkan pada suatu kelompok manusia yang lebih luas jangkauannya. Sehingga perubahan yang terjadi sifatnya secara masal.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

Konsep diri berkaitan erat dengan komunikasi antarpribadi, karena konsep diri adalah salah satu cabang dari komunikasi antarpribadi. Selanjutnya peneliti akan meninjau terlebih dahulu mengenai komunikasi antarpribadi. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi karena setiap orang bertindak laku sesuai dengan konsep diri. Keberhasilan komunikasi antarpribadi banyak bergantung pada kualitas konsep diri individu yang positif ataupun negatif.

2.2.1 Definisi Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi membentuk istilah yaitu komunikasi dan antarpribadi. Komunikasi secara sederhana bisa diartikan sebagai proses pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan antarpribadi dapat diartikan sebagai berhubungan dengan atau melibatkan relasi personal atau sosial yang mengembangkan sistem – sistem ekspektasi bersama, pola – pola keterikatan emosional dan cara-cara penyesuaian sosial.

Komunikasi antarpribadi secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran antar individu yang saling berkomunikasi. Pengertian proses mengacu

pada perubahan dan tindakan yang berlangsung terus menerus. Komunikasi antarpribadi juga merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman di antara individu yang berkomunikasi terhadap pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Menurut *Devito* dalam *Rismawaty* (2014:173) mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera”. Sedangkan, menurut *Mulyana* (2017:8) dalam bukunya *Komunikasi Antarpribadi*, mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal”.

2.2.2 Komponen – Komponen Komunikasi Antarpribadi

Komponen – komponen yang terdapat dalam komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut :

1) Komunikator dan Komunikan

Istilah komunikator dan komunikan ini digunakan untuk menekankan bahwa fungsi komunikator dan komunikan dilakukan oleh setiap orang terlibat dalam komunikasi antarpribadi. Komunikator merupakan orang yang bertindak sebagai pengirim pesan atau menyampaikan pesan, baik secara emosional maupun informasional kepada komunikan. Sedangkan komunikan merupakan orang yang menerima pesan atau yang menjadi sasaran dalam komunikasi.

2) Encoding – Decoding

Encoding adalah tindakan menghasilkan pesan. Suatu aktifitas seorang komunikator dalam menciptakan pesan melalui simbol verbal atau non verbal yang disusun berdasarkan aturan tata bahasa, dan karakteristik komunikan. Sebaliknya, tindakan untuk menginterpretasikan dan memahami pesan yang diterima disebut sebagai *decoding*. *Decoding* dilakukan melalui indera, penerima mendapatkan bermacam – macam data dalam bentuk kata atau simbol yang harus diubah berdasarkan pengalaman yang mengandung makna.

3) Pesan

Dalam komunikasi antarpribadi, pesan – pesan yang dipertukarkan bisa berbentuk verbal seperti kata – kata atau non verbal seperti gerakan, simbol atau gabungan antara bentuk verbal dan non verbal.

4) Saluran.

Saluran merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi antarpribadi penggunaan saluran atau media Karena situasi dan kondisi tidak memungkinkan dilakukan secara tatap muka. Saluran berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pengirim dan penerima informasi dalam komunikasi antarpribadi.

5) Gangguan.

Saat berlangsungnya komunikasi sering kali terjadi pesan - pesan yang dikirim berbeda dengan pesan-pesan yang diterima, hal ini disebabkan adanya gangguan. Gangguan tersebut yaitu gangguan fisik, biasanya berasal dari luar orang yang terlibat dalam komunikasi dan mengganggu transmisi fisik pesan seperti kegaduhan, interupsi dan jarak. Gangguan psikologis, timbul karena

perbedaan gagasan dan penilaian subyektif diantara orang yang terlibat dalam komunikasi seperti emosi, perbedaan nilai – nilai, sifat, status dapat mengakibatkan hambatan psikologis. Gangguan semantik, terjadi karena kata – kata atau simbol yang digunakan dalam berkomunikasi sering kali memiliki arti ganda tidak hanya memiliki satu arti sehingga penerima gagal menangkap maksud dari pengirim pesan.

6) Umpan balik.

Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam proses komunikasi antarpribadi karena pengirim dan penerima secara terus menerus dan bergantian memberikan umpan balik dalam berbagai cara, baik secara verbal dengan pertanyaan atau jawaban dalam kaitannya dengan apa yang dibicarakan maupun non verbal seperti anggukan, senyuman, menguap maupun kerutan dahi. Umpan balik bisa positif, negatif ataupun netral. Umpan balik disebut positif bila dirasakan menguntungkan sebaliknya dikatakan negatif bila umpan balik tersebut dirasakan merugikan.

7) Konteks.

Konteks komunikasi terbagi menjadi tiga dimensi yaitu : ruang, waktu, dan nilai. Konteks ruang menunjukkan pada lingkungan tempat terjadinya komunikasi. Konteks waktu menunjukkan pada waktu kapan komunikasi terjadi. Konteks nilai meliputi nilai sosial dan nilai budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi.

8) Bidang Pengalaman (*field of experience*)

Bidang pengalaman merupakan faktor penting dalam komunikasi. Komunikasi bisa menjadi efektif bila para pelaku yang terlibat dalam komunikasi

mempunyai bidang pengalaman yang sama. Sebaliknya, komunikasi akan menjadi sulit bila para pelakunya yang terlibat dalam komunikasi mempunyai pengalaman yang sangat berbeda.

9) Proses

Proses komunikasi merupakan langkah – langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Komunikasi selalu mempunyai berbagai akibat baik bagi salah satu pelaku atau keduanya. Akibat yang terjadi bisa merupakan akibat yang negatif maupun akibat positif.

2.2.3 Ciri – Ciri Komunikasi Antarpribadi

Adapun ciri – ciri komunikasi antarpribadi yang efektif menurut Devito (2005:4), yaitu sebagai berikut :

1) Keterbukaan (*openness*)

Sifat keterbukaan menunjukkan ada dua aspek dalam komunikasi antarpribadi. Keterbukaan diri yaitu membagikan terhadap orang lain perasaan kita terhadap sesuatu yang telah dikatakan atau dilakukan, atau perasaan kita terhadap kejadian – kejadian yang baru saja kita saksikan. Aspek pertama yaitu kita harus terbuka pada orang yang berinteraksi dengan kita. Hal ini bukan berarti bahwa kita harus menceritakan semua latar belakang kehidupan kita. Namun, yang terpenting adalah ada kemauan untuk membuka diri pada masalah – masalah umum. Aspek yang kedua adalah memberikan tanggapan dari apa yang disampaikan oleh lawan bicara atau komunikator.

2) Empati (*empathy*).

Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator menunjukkan rasa empati pada komunikan. Menurut Sugioyo (2005:5) empati

dapat diartikan sebagai menghayati perasaan orang lain atau turut merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Menurut *Daniel* (2009:207) empati merupakan kemampuan untuk membayangkan diri berada pada posisi orang lain dan memahami dengan intuisi apa yang dirasakan orang tersebut.

3) Dukungan (*supportiveness*).

Dukungan merupakan situasi terbuka untuk mendukung komunikasi yang efektif. Perilaku mendukung juga berperan penting dalam proses komunikasi antarpribadi dengan sifat memberikan dukungan dari pihak komunikator, akan mendorong komunikan untuk memberikan respon atau reaksi yang baik dalam komunikasi. Menurut Sugiyono (2005:69) bahwa sifat suportif merupakan sifat memberi dukungan terhadap orang lain sehingga orang lain akan berusaha meningkatkan hubungan antarpribadi.

4) Rasa positif (*positiveness*).

Perasaan positif adalah tidak berburuk sangka terhadap hal atau subyek tertentu ketika berkomunikasi. Perasaan positif dalam diri turut mendorong orang lain untuk aktif berpartisipasi dan menciptakan suasana komunikasi yang kondusif. Adanya perasaan positif dapat mendukung komunikasi antarpribadi yang baik. Menurut Sugiyono (2005:6) rasa positif adalah adanya kecenderungan bertindak pada diri komunikator untuk memberikan penilaian rasa positif pada diri komunikan.

5) Kesetaraan (*equality*).

Kesetaraan merupakan perasaan sama dengan orang lain, sehingga manusia tidak merasa tinggi atau rendah walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu. Kesetaraan merupakan pengakuan tersembunyi dalam diri kedua belah

pihak untuk saling menghargai. Adanya kesetaraan akan memunculkan perasaan sama rasa yang tentunya mendukung komunikasi antarpribadi. Dalam berkomunikasi status boleh berbeda tetapi komunikasi tetap sejajar, saling menghormati dan menghargai antara orang dengan yang lainnya.

2.2.4 Fungsi Komunikasi Antarpribadi

Menurut definisinya, fungsi adalah sebagai tujuan Di mana komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Fungsi utama komunikasi adalah mengendalikan lingkungan guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu baik berupa fisik, ekonomi dan sosial. Adapun fungsi komunikasi antarpribadi yang dikemukakan oleh Rismawaty, Surya dan Prakasa, dalam Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communications*), yaitu :

1) Fungsi sosial :

a. Untuk kebutuhan biologis dan psikologis.

Manusia membutuhkan manusia lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan biologis seperti makan, minum dan juga memenuhi kebutuhan psikologis seperti sukses dan kebahagiaan. Melalui komunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan emosional dan meningkatkan kesehatan mental.

b. Mengembangkan hubungan timbal balik.

Komunikasi berhubungan dengan suatu proses sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik secara verbal maupun non verbal, seseorang penerima bereaksi dengan jawaban verbal atau menganggukkan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon dari orang kedua dan begitu seterusnya. Oleh

karena itu, hubungan timbal balik ini berfungsi sebagai unsur yang memperkuat komunikasi antarpribadi sehingga harapan – harapan dalam proses komunikasi menjadi sungguh – sungguh terjadi.

- c. Untuk meningkatkan dan mempertahankan mutu diri sendiri.

Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri serta untuk keberlangsungan hidup manusia dalam memperoleh kebahagiaan dan terhindar dari tekanan secara internal maupun eksternal.

- d. Menangani konflik.

Saat melakukan komunikasi sebaiknya komunikator mengetahui terlebih dahulu situasi, kondisi dan karakteristik dari lawan bicara. Hal ini berfungsi untuk mengurangi atau mencegah timbulnya suatu konflik antar individu, dalam suatu organisasi atau kelompok masyarakat, dengan adanya komunikasi antarpribadi maka permasalahan kecil yang timbul dapat ditekan.

2) Fungsi pengambilan keputusan :

- a. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi.

Saat proses memberi atau bertukar informasi, komunikasi memiliki pengaruh yang sangat efektif, karena dalam hal ini komunikasi dapat mewakili informasi yang dikehendaki dalam pesan yang disampaikan sebagai bahan percakapan pada kegiatan komunikasi.

- b. Manusia berkomunikasi untuk memengaruhi orang lain.

Komunikasi yang berfungsi seperti ini mengandung muatan persuasif, dalam arti pembicara ingin pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat serta layak untuk diketahui. Bahkan

komunikasi yang sifatnya menghibur pun mengandung muatan persuasif salah satunya yaitu secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup.

2.2.5 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Menurut *Devito* (1989:165) komunikasi antarpribadi memiliki enam tujuan yaitu :

- 1) Menemukan diri sendiri merupakan hal penting dan salah satu kekuatan dalam proses menemukan diri sendiri sehingga dalam aktivitas yang dilakukan dalam komunikasi dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Menemukan dunia luar, artinya setiap individu memiliki pemahaman yang berbeda – beda terkait dengan kondisi yang terdapat di masyarakat sehingga aktivitas yang dilakukannya benar – benar sesuai dengan potensi yang dimiliki.
- 3) Membentuk dan menjaga hubungan dengan penuh arti. Sebagai makhluk sosial, tentu manusia ingin dicintai dan disukai serta menyayangi dan menyukai orang lain, oleh karena itu manusia menggunakan banyak waktu berkomunikasi dengan manusia lain dengan bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan.
- 4) Berubah sifat dan perilaku. Dalam proses komunikasi antarpribadi ada kecenderungan ingin mengubah sifat dan perilaku orang lain sesuai dengan keinginan dan situasi manusia saat itu.

- 5) Untuk bermain dan kesenangan. Komunikasi antarpribadi yang dilakukan dengan bermain tanpa disadari dapat menciptakan suasana yang gembira sehingga akan lebih terbuka saat melakukan komunikasi antarpribadi.
- 6) Untuk membantu. Komunikasi antarpribadi salah satunya bertujuan agar manusia dapat saling membantu satu dengan yang lainnya dalam memenuhi kebutuhan hidup, baik itu kebutuhan jasmani maupun rohani.

2.3 Tinjauan Tentang Konsep Diri

2.3.1 Definisi Konsep Diri

Mulyana (2001:70) mendefinisikan konsep diri sebagai pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita, melalui komunikasi dengan orang lain, kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita.

Brooks dalam *Rakhmat* (2015:105) mendefinisikan konsep diri sebagai *“Those physical social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others”*. Jadi, konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita yang diperoleh dari pengalaman dan interaksi kita dengan orang lain”.

Solihat, Maulin, dan Solihin (2015:59) menyebutkan bahwa konsep diri terdiri dari bagaimana kita melihat diri sendiri sebagai pribadi, bagaimana kita merasa tentang diri sendiri, dan bagaimana kita menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana kita harapkan. Menurut *Snygg dan Combs* (1993:46) mendefinisikan konsep diri sebagai sebuah organisasi stabil dan berkarakter yang disusun dari persepsi – persepsi yang tampaknya bagi individu bersangkutan

sebagai hal yang mendasar baginya. Sedangkan *Hurlock* (2010:237) konsep diri merupakan bayangan cermin, sebagian besar ditentukan oleh peran dan hubungan dengan orang lain, serta reaksi orang lain terhadap diri seseorang.

Agustina (2006:139) menyebutkan penjelasan *Fitts* sebagai diri fenomenal, yaitu diri yang diamati, dialami, dan dinilai oleh individu sendiri, yaitu diri yang disadari. Konsep diri yaitu gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman – pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Dasar dari konsep diri individu ditanamkan pada saat usia dini dan menjadi dasar yang mempengaruhi tingkah laku individu tersebut.

2.3.2 Jenis – Jenis Konsep Diri

Menurut *Calhoun* dan *Acocella* (2011:14), dalam perkembangannya konsep diri terbagi dua, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Menurut *Calhoun* dan *Acocella*, apabila seseorang memiliki konsep diri positif, maka perilaku yang muncul cenderung positif. Sebaliknya, apabila seseorang menilai dirinya negatif, maka perilaku yang muncul pun cenderung negatif.

Berikut penjelasan dari kedua jenis konsep diri :

1) Konsep diri positif.

Konsep diri positif menunjukkan adanya penerimaan diri, individu dengan konsep diri positif mengenal dirinya dengan baik sekali. Konsep diri yang positif bersifat stabil dan bervariasi. Individu yang memiliki konsep diri positif dapat memahami dan menerima sejumlah fakta yang bermacam – macam tentang dirinya sendiri sehingga evaluasi terhadap dirinya sendiri menjadi positif dan dapat menerima dirinya dengan apa adanya. Individu yang memiliki konsep diri

positif akan merancang berbagai tujuan yang sesuai dengan realitas, yaitu tujuan yang memiliki kemungkinan besar dapat dicapai, mampu menghadapi kehidupan di depannya serta menganggap bahwa hidup adalah suatu proses penemuan.

Menurut *Brooks* dan *Emmert* dikutip (Rakhmat, 2008) individu yang memiliki konsep diri yang positif ditandai dengan lima hal yaitu : yakin akan kemampuan diri dalam mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa malu, menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan, perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat sekitar, dan mampu memperbaiki dirinya karena sanggup mengungkapkan aspek – aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya.

Individu yang memiliki konsep diri positif akan bersifat optimis, percaya diri sendiri dan selalu bersifat positif terhadap segala sesuatu, juga terhadap kegagalan yang dialami. Kegagalan tidak dipandang sebagai akhir segalanya, namun dijadikan sebagai penemuan dan pelajaran berharga untuk melangkah kedepan. Individu yang memiliki konsep diri positif akan mampu menghargai dirinya sendiri dan melihat hal-hal yang positif yang dapat dilakukan demi keberhasilan di masa yang akan datang.

2) Konsep diri negatif.

Menurut *Brooks* dan *Emmert* (1976:42) terdapat empat tanda orang yang memiliki konsep diri negatif yaitu : terhadap kritikan yang menganggap sebuah koreksi atau kritikan sebagai usaha untuk menjatuhkan harga diri, sangat responsif sekali terhadap pujian, cenderung merasa tidak disenangi orang lain, dan orang yang memiliki konsep diri negatif seringkali bersifat pesimis terhadap kompetisi

seperti terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat sebuah prestasi.

Menurut *Calhoun* dan *Acocella* (2011:17) membagi konsep diri negatif menjadi dua yaitu : pertama, individu memandang dirinya secara acak, tidak teratur, tidak stabil dan tidak ada keutuhan diri. Ia tidak mengetahui siapa dirinya, kelemahannya, kelebihanannya, serta apa yang dihargai dalam hidupnya. Kedua, individu memandang dirinya terlalu stabil dan terlalu teratur. Dengan demikian, individu menjadi seseorang yang kaku dan tidak menerima ide – ide baru yang bermanfaat baginya.

Individu yang memiliki konsep diri negatif akan memiliki pandangan negatif tentang dirinya sendiri maupun tentang orang lain disekitarnya. Hal ini tentunya akan sangat mempengaruhi hubungan individu tersebut dengan lingkungan sekitarnya. Dirinya juga mempunyai kecenderungan mendapatkan respon yang negatif dari orang lain dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, individu dengan konsep diri negatif selalu pesimis dalam menatap dan menjalankan masa depannya.

2.3.3 Komponen Konsep Diri

Burn (1993:66) mengemukakan komponen konsep diri, yaitu sebagai berikut :

- 1) Komponen kognitif merupakan pengetahuan yang mewakili sebuah deskripsi atau gambaran mengenai suatu obyek dengan tidak memandang apakah pengetahuan tersebut benar atau salah, didasarkan atas bukti yang obyektif maupun sebuah opini yang subyektif.

2) Komponen afektif merupakan deskripsi atau gambaran diri dan keyakinan yang seluruhnya diinvestasikan dengan nada tambahan yang diekspresikan secara emosional.

3) Evaluasi merupakan sebuah penilaian diri terhadap komponen kognitif yang berhubungan dengan kebudayaan, fisik dan hubungan sosial. Evaluasi diri bersifat tetap atau dapat berubah sesuai dengan pengalaman belajar yang dipelajari dan berupa evaluasi diri positif maupun evaluasi diri negatif. Evaluasi diri tersebut disebut dengan perasaan harga diri.

4) Kecenderungan memberikan respon.

Komponen konsep diri terbagi menjadi beberapa bagian yaitu citra tubuh, ideal diri, peran, identitas dan harga diri. Komponen konsep diri tersebut dikemukakan oleh *Stuart dan Sudeen (1995)*, sebagai berikut :

1) Citra tubuh.

Citra tubuh adalah sifat seseorang terhadap tubuhnya secara sadar maupun tidak sadar. Sifat ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang secara berkesinambungan dimodifikasi dengan berbagai pengalaman. Cara individu memandang dirinya sendiri mempunyai dampak yang penting pada aspek psikologinya. Pandangan yang realistis terhadap dirinya sendiri saat menerima dan mengukur bagian tubuhnya akan lebih terasa aman, sehingga terhindar dari rasa cemas sekaligus dapat meningkatkan harga diri.

2) Ideal diri.

Ideal diri adalah mengenai persepsi individu tentang bagaimana manusia harus berperilaku berdasarkan standar, aspirasi, tujuan atau penilaian personal

tertentu. Standar dapat berhubungan dengan tipe yang akan diinginkan atau sejumlah aspirasi, cita – cita, nilai-nilai yang ingin dicapai. Ideal diri akan mewujudkan cita – cita dan harapan pribadi berdasarkan norma sosial dan kepada siapa ingin dilakukan.

3) Peran.

Peran merupakan sifat dan perilaku nilai serta tujuan yang diharapkan dari seseorang berdasarkan posisinya dimasyarakat. Peran yang ditetapkan adalah peran yang menjadi pilihan, sedangkan peran yang diterima adalah peran yang dipilih atau terpilih oleh individu lain. Posisi dibutuhkan sebagai aktualisasi diri. Harga diri yang tinggi merupakan hasil dari peran dalam memenuhi kebutuhan yang cocok dengan ideal diri.

4) Identitas.

Identitas adalah kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari pengamatan atau observasi dan penilaian yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep diri sebagai satu kesatuan yang utuh. Seseorang yang mempunyai identitas diri yang kuat akan memandang dirinya berbeda dengan orang lain. Kemandirian timbul dari perasaan berharga, kemampuan dan penyesuaian diri. Hal yang penting dalam identitas diri adalah jenis kelamin. Identitas jenis kelamin berkembang sejak lahir secara bertahap dimulai dengan konsep laki – laki dan wanita banyak dipengaruhi oleh pandangan dan perlakuan masyarakat terhadap jenis kelamin tersebut.

5) Harga diri.

Harga diri adalah penilaian yang dilakukan secara pribadi terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku memenuhi ideal diri.

Frekuensi pencapaian tujuan akan menghasilkan harga diri yang rendah atau harga diri yang tinggi. Harga diri diperoleh dari diri sendiri dan juga orang lain. Aspek utama adalah dicintai dan menerima penghargaan dari orang lain.

2.3.4 Aspek – Aspek Konsep Diri

Berk (dalam Dariyo, 2007) konsep diri adalah gambaran diri sendiri yang bersifat menyeluruh terhadap keberadaan diri. Konsep diri bersifat multi-aspek yaitu meliputi empat aspek seperti aspek fisiologis, psikologis, psikososialis, psiko-etika dan moral.

1) Aspek Fisiologis.

Aspek fisiologis dalam diri berkaitan dengan unsur – unsur fisik, seperti warna kulit, bentuk, berat atau tinggi badan, raut muka (tampan, cantik, sedang, atau buruk), memiliki kondisi badan yang sehat, normal atau cacat dan sebagainya. Karakteristik fisik mempengaruhi bagaimana seseorang menilai diri sendiri, tak dipungkiri bahwa orang lain pun menilai seseorang diawali dengan penilaian terhadap hal-hal yang bersifat fisiologis. Walaupun belum tentu benar masyarakat seringkali melakukan penilaian awal terhadap penampilan fisik untuk dijadikan sebagai dasar respon perilaku seseorang terhadap orang lain.

2) Aspek Psikologis.

Aspek psikologis terdiri dari konsep individu tentang kemampuan ataupun ketidakmampuan, harga dirinya dan hubungannya dengan orang lain. Aspek psikologis meliputi tiga hal yaitu kognisi (kecerdasan, minat dan bakat, kreativitas, kemampuan konsentrasi), afeksi (ketahanan, ketekunan dan keuletan bekerja, motivasi berprestasi, toleransi stress) dan konasi (kecepatan dan ketelitian kerja, *coping stress*, resiliensi). Pemahaman dan penghayatan unsur-unsur aspek

psikologis tersebut akan mempengaruhi penilaian terhadap diri sendiri. Penilaian yang baik, akan meningkatkan konsep diri yang positif, sebaliknya penilaian yang buruk cenderung akan mengembangkan konsep diri yang negatif.

3) Aspek Psiko – Sosiologis.

Aspek psiko-sosiologis merupakan pemahaman individu yang masih memiliki hubungan dengan lingkungan sosialnya. Aspek psiko – sosiologis ini meliputi tiga unsur yaitu : orang tua, saudara kandung, dan kerabat dalam keluarga, teman – teman pergaulan dan kehidupan bertetangga, lingkungan sekolah (guru, teman sekolah, aturan – aturan sekolah), lingkungan kerja, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, seseorang yang menjalin hubungan dengan lingkungan sosial dituntut untuk dapat memiliki kemampuan berinteraksi sosial, komunikasi, menyesuaikan diri (*adjustment*) dan bekerja sama (*cooperation*). Tuntutan sosial secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi agar individu mentaati aturan – aturan sosial. Individu pun juga berkepentingan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui lingkungan sosialnya.

4) Aspek Psiko-Etika dan Moral.

Aspek psiko – etika dan moral merupakan suatu kemampuan memahami dan melakukan perbuatan berdasarkan nilai-nilai etika dan moralitas. Setiap pemikiran, perasaan, dan perilaku individu harus mengacu pada nilai-nilai kebaikan, keadilan, kebenaran, dan kepatutan. Oleh karena itu, proses penghayatan dan pengamatan individu terhadap nilai-nilai moral tersebut menjadi sangat penting, karena hal tersebut akan dapat menopang keberhasilan seseorang dalam melakukan kegiatan sehari – harinya dan dalam penyesuaian diri dengan orang lain.

2.3.5 Dimensi Konsep Diri

Konsep diri menurut *Fitts* (2006:142) dibagi menjadi dua dimensi pokok, sebagai berikut :

1) Dimensi Internal.

Dimensi internal atau kerangka acuan adalah penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan dunia di dalam dirinya. Dimensi internal terdiri dari tiga bentuk yaitu diri identitas, diri pelaku, dan diri penerimaan atau penilai.

- a. Diri identitas (*Identity Self*). Diri identitas merupakan bagian yang mendasar pada konsep diri dan mengacu kepada pertanyaan ‘siapa saya’. Dari pertanyaan tersebut individu akan menggambarkan dirinya sendiri dan membangun identitas diri. Pengetahuan tentang dirinya akan bertambah dan semakin kompleks seiring dengan bertambahnya usia dan interaksi dengan lingkungannya.
- b. Diri pelaku (*Behavior Self*). Diri pelaku merupakan persepsi individu tentang tingkah lakunya yang berisikan segala kesadaran mengenai ‘apa yang dilakukan oleh diri’. Bagian ini berkaitan erat dengan diri identitas. Keserasian antara diri identitas dengan diri pelaku menjadikan individu dapat mengenali dan menerima baik diri sebagai identitas kemampuan diri sebagai pelaku.
- c. Diri penerimaan atau penilaian (*Jugdging Self*). Diri penilai berfungsi sebagai pengamat, penentu, standar dan evaluator. Kedudukan diri penilai adalah sebagai perantara antara diri identitas dengan diri pelaku. Penilaian ini akan berperan dalam menentukan tindakan yang akan

ditampilkan individu tersebut. Diri penilai juga menentukan kepuasan individu akan diri sendiri.

2) Dimensi Eksternal.

Individu menilai dirinya melalui hubungan dan aktivitas sosial, nilai yang dianut serta hal – hal di luar dirinya pada dimensi eksternal. Dimensi eksternal yang dikemukakan oleh *Fitts* dibedakan menjadi lima bentuk, sebagai berikut :

- a. Diri fisik (*Physical Self*), aspek ini menggambarkan bagaimana individu memandang kondisi kesehatan, penampilan diri, dan keadaan tubuhnya secara fisik.
- b. Diri etik-moral (*Moral-Ethical Self*), aspek ini merupakan sebuah gambaran bagaimana individu memandang hubungannya dengan Tuhan, kepuasan akan kehidupan keagamaan, dan nilai moral yang dipegangnya meliputi pandangan baik dan buruknya mengenai suatu hal.
- c. Diri pribadi (*Personal Self*), aspek ini merupakan menggambarkan perasaan seseorang tentang keadaan pribadinya yang dipengaruhi oleh kondisi fisik maupun hubungannya dengan orang lain. Persepsi individu pada aspek ini dipengaruhi oleh kepuasan individu terhadap dirinya sendiri dan sejauh mana ia merasa dirinya sebagai pribadi yang baik dan positif.
- d. Diri keluarga (*Family Self*), aspek ini merupakan sebuah mencerminkan perasaan dan harga diri individu dalam kapasitasnya sebagai anggota keluarga.

- e. Diri Sosial (*Social Self*), aspek ini merupakan mencerminkan penilaian individu terhadap interaksi sosial dengan orang lain maupun lingkungan sekitarnya.

2.3.6 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri

Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi (124:2018), menyebutkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi konsep diri adalah orang lain (*significant others*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Adapun penjelasan dari kedua faktor tersebut, diantaranya adalah :

1) *Significant Others*.

Significant others meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran dan perasaan manusia. Menurut *Gabriel Marcel* mengatakan bahwa manusia mengenai dirinya dengan cara mengenal orang lain terlebih dahulu, bagaimana manusia menilai dirinya maka akan terbentuk konsep diri. Konsep diri terbentuk karena pujian dari orang lain. *Harry Stack Sullivan* (1953) menjelaskan bahwa jika manusia diterima manusia lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri, manusia akan cenderung bersifat menghormati dan menerima diri sendiri. Sebaliknya jika manusia lain selalu meremehkan, menyalahkan dan menolak maka manusia tidak akan menyenangi dirinya sendiri.

Menurut *Mead* bahwa *significant others* ini adalah orang-orang yang penting dalam kehidupan diri seseorang diantaranya adalah orang tua, saudara-saudara dan orang yang tinggal satu rumah. Dalam perkembangannya *significant others* meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan. Mengarahkan tindakan, membentuk pikiran, dan menyentuh secara emosional.

Mead memandang dirinya seperti orang lain memandangnya, berarti mencoba menempatkan diri sebagai orang lain.

2) *Reference Group*.

Dalam kehidupan sehari-hari, setiap orang akan melakukan interaksi sosial baik dengan kelompok maupun dengan organisasi. Orang-orang yang berada dalam kelompok atau organisasi ini disebut kelompok rujukan (*reference group*) yaitu orang-orang yang ikut membantu membentuk pikiran, mengarahkan dan menilai diri. Adapun kelompok rujukan ini adalah orang-orang yang berada disekitar lingkungan misalnya kelompok persahabatan atau teman sebaya, komunitas hobi, kelompok kerja, dan lain sebagainya.

Menurut Pudjijogiyanti (2010:23) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan konsep diri, sebagai berikut :

1) Peranan citra fisik.

Tanggapan dan penilaian mengenai keadaan fisik seseorang biasanya didasari oleh adanya keadaan fisik yang dianggap ideal oleh orang tersebut atau pandangan masyarakat secara umum. Seseorang akan berusaha untuk mencapai standar tertentu yang dapat dikatakan mempunyai keadaan fisik yang baik ataupun dapat dikatakan ideal agar mendapat tanggapan dan penilaian positif dari orang lain. Kegagalan atau keberhasilan mencapai standar keadaan fisik ideal tertentu sangat mempengaruhi pembentukan citra fisik seseorang.

2) Peranan jenis kelamin.

Peranan jenis kelamin salah satunya ditentukan oleh perbedaan biologis antara laki – laki dan perempuan. Masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa peranan perempuan serba terbatas, misalnya sebatas urusan keluarga.

Perempuan dianggap tidak dapat melakukan banyak hal. Hal ini menyebabkan perempuan sering menemui berbagai macam kendala dalam mengembangkan dirinya sesuai dengan potensi yang dimiliki. Sementara di sisi lain, laki – laki mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.

3) Peranan perilaku.

Orang tua merupakan lingkungan pertama dan utama yang mempengaruhi perilaku seseorang. Dengan kata lain, lingkungan keluarga merupakan tempat pertama dalam pembentukan konsep diri seseorang. Salah satu hal yang terkait dengan peranan orang tua dalam pembentukan konsep diri adalah cara orang tua dalam memenuhi kebutuhan fisik dan psikologis.

4) Peranan faktor sosial.

Interaksi seseorang dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu hal yang membentuk konsep diri orang tersebut. Struktur, peran, dan status sosial seseorang menjadi landasan bagi orang lain dalam memandang orang tersebut.

2.3.7 Pengaruh Konsep Diri pada Komunikasi Antarpribadi

1) Nubuat yang dipenuhi oleh diri sendiri

Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi karena setiap orang bertindak laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Kecenderungan untuk bertindak laku sesuai dengan konsep diri disebut sebagai nubuat yang dipenuhi oleh diri sendiri. Bila seseorang berpikir dirinya adalah orang bodoh, maka akan benar – benar menjadi orang bodoh. Bila seseorang merasa memiliki kemampuan untuk mengatasi persoalan, maka

persoalan apa pun yang dihadapi pada akhirnya dapat teratasi. Seseorang hidup sesuai dengan label yang diletakkan pada dirinya.

Keberhasilan komunikasi antarpribadi banyak tergantung pada kualitas konsep diri seseorang baik itu positif ataupun negatif. Konsep diri positif maka akan terlahir pola perilaku komunikasi antarpribadi yang positif pula, yakni melakukan persepsi yang lebih cermat dan mengungkapkan berbagai petunjuk agar dapat membuat orang lain menafsirkan dengan cermat pula. Komunikan yang berkonsep diri positif menurut *Jourard* yaitu orang yang terbuka kepada orang lain.

2) Membuka diri

Bersifat terbuka dalam komunikasi antarpribadi merupakan konsep diri yang positif. Seseorang berani membuka diri kepada orang lain itu berarti bahwa orang tersebut sudah mempercayai dan mengetahui pengalaman – pengalaman dari orang lain. Keterbukaan komunikasi antarpribadi memberikan dampak yang positif seperti memberikan penilaian karakter kepada diri sendiri. Pengetahuan tentang diri akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri. Dengan membuka diri, konsep diri dapat menjadi lebih dekat pada kenyataan.

3) Percaya diri

Keinginan untuk menutup diri, selain karena konsep diri yang negatif, timbul karena kurangnya kepercayaan terhadap kemampuan yang dimiliki oleh diri sendiri. Orang yang tidak menyenangi dirinya merasa bahwa dirinya tidak akan mampu menghadapi berbagai persoalan. Orang yang tidak percaya diri akan

cenderung menghindari situasi komunikasi. Seseorang tersebut akan takut jika orang lain akan menyudutkan serta menyalahkannya.

4) Selektivitas

Selektivitas dalam komunikasi merupakan upaya yang perlu dilakukan untuk menghindari adanya kesalahpahaman. Selektivitas juga berhubungan dengan konsep diri dalam komunikasi antarpribadi. Adanya konsep diri mempengaruhi terpaan isi pesan yang selektif (*selective exposure*), persepsi selektif (*selective perception*), ingatan selektif (*selective attention*), dan penyandian (*selective encoding*).

2.4 Tinjauan Tentang Media Sosial

2.4.1 Definisi Media Sosial

Kata media merupakan bentuk jamak dari kata ‘medium’ yang secara harfiah mempunyai arti sebagai perantara atau pengantar. Media juga dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan seseorang (komunikator) kepada orang lain (khalayak). Media biasanya bertujuan memfasilitasi komunikasi antartempat dan antaraksi tanpa harus disaksikan langsung secara fisik.

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian :

- 1) Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*)
- 2) Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk

berbagai (*to share*), bekerja sama (*to cooperated*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.

3) Menurut *Boyd* (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu pada *user generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

4) Menurut *Van Dijk* (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

5) Menurut *Meike dan Young* (2012), mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam saling berbagi di antara individu (*to be shared one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

2.4.2 Karakteristik Media Sosial

Nasrullah (16:2017) : Persepektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi, bahwa terdapat karakteristik media sosial, yaitu :

1) Jaringan (*Network*)

Karakteristik media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya, tidak peduli apakah di dunia nyata antarpengguna itu saling mengenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan kesempatan bagi

pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori – teori sosial.

2) Informasi (*Information*)

Informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang dikelola menjadi suatu yang bermanfaat bagi penerimanya. Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab, tidak seperti media – media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas ini pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri.

3) Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi informasi itu juga telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengandaian sederhana adalah ketika mengakses media sosial dan memiliki akun media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Gudang data tersebut diisi oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapa pun.

4) Interaksi (*Interaction*)

Karakteristik dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas lingkungan pertemanan di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Interaksi dalam Tinjauan media merupakan salah satu pembeda antara media lama dengan media baru. Media lama pengguna mengetahui satu dengan lainnya, sementara di media baru pengguna bisa berinteraksi, baik si antara pengguna itu sendiri atau dengan produser konten media.

5) Simulasi sosial.

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial dapat dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan – batasan tertentu. Layaknya masyarakat atau suatu negara, dimedia sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata dari realitas itu sendiri.

6) Konten oleh pengguna.

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Konten merupakan

pesan atau informasi yang disajikan melalui sebuah media, utamanya adalah media *online* atau media sosial.

7) Penyebaran.

Penyebaran atau *sharing* merupakan karakter lainnya yang dimiliki oleh media sosial. *Sharing* merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Media tidak hanya menghasilkan sebuah konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya saja, tetapi juga di distribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Pengembangan ini adalah konten yang ada mendapatkan komentar dan penilaian yang berasal dari pengguna lain. Komentar dan penilaian tersebut tidak hanya sekedar opini tetapi juga berupa data atau fakta.

2.4.3 Jenis – Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah (39:2017), jenis – jenis media sosial yaitu sebagai berikut :

1) Media jejaring sosial (*social net working*).

Social networking atau media jejaring sosial merupakan media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya, dengan saling menambahkan teman, memberikan komentar, saling bertanya maupun berdiskusi mengenai suatu hal. *Social networking* atau media jejaring sosial merupakan yang paling populer dalam kategori media sosial lainnya. *Social networking* atau media jejaring ini merupakan sarana yang dapat digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual.

2) *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentasi, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. *Blog* merupakan media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk menulis berbagai konten, layaknya sebuah *diary*. Karakter *blog* antara lain penggunaannya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan juga terkait pengguna itu sendiri. Dalam sebuah *blog*, artikel – artikel yang ada adalah milik pengguna itu sendiri. *Blog* mempunyai fungsi yang sangat beragam, mulai dari sebuah catatan harian, media informasi, media publikasi dalam sebuah kampanye politik, sampai dengan program – program media dan perusahaan – perusahaan. *Blog* dapat dipelihara oleh seorang penulis tunggal, ataupun oleh kelompok penulis.

3) *Microblogging*

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

4) Situ berbagi media (*Media Sharing*)

Situ berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar dan sebagainya. Misalnya *youtube*, dengan mengcopy kode HTML yang ada untuk kemudian ditempatkan pada halaman *website*, kemudian informasi berupa foto, video atau audio tersebut segera ditampilkan.

5) Penanda sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisir, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial dengan interaksi berupa *votting*, menandai artikel yang disukai, atau memberikan komentar terhadap artikel yang ada. Penanda sosial adalah sebuah metode bagi pengguna internet untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari penanda sumber daya yang tersedia secara online.

6) Wiki

Wiki atau media konten bersama. *Wiki* merupakan situs yang kontennya adalah hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, *Wiki* menghadirkan kepada penggunanya berbagai pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang suatu kata. Dalam praktiknya, penjelasan – penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya terdapat kolaborasi atau kerja bersama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

2.5 Tinjauan Pustaka Tentang *TikTok*

TikTok dalam bahasa China disebut '*Douyin*' merupakan aplikasi video musik yang pada awalnya digunakan untuk hiburan *lipsync* lagu oleh penggunanya, aplikasi ini berasal dari negeri Tiongkok yang diciptakan oleh seorang bernama *Zhang Yiming* tahun 2016 pada perusahaan teknologi miliknya yang disebut *ByteDance*. Aplikasi media sosial *TikTok* merupakan media sosial yang memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk berkreasi dengan membuat video pendek semenarik mungkin.

TikTok adalah jejaring sosial berbagi video pendek yang memungkinkan penggunanya dapat membuat serta mengunggah video menyanyi, dan juga menari dengan berbagai efek menarik. Berdurasi kurang lebih 15 detik – 60 detik, aplikasi media sosial ini menghadirkan berbagai *special effects* yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang dapat menciptakan sebuah konten video yang menarik dengan mudah. *Special effects* yang tersedia seperti efek *shaking and shivering* pada video dengan *electronic music*, merubah warna rambut, *3D stickers*, dan properti lainnya. Selain itu, *TikTok* juga menyediakan *backgroun* musik dari berbagai artis penyanyi terkenal dengan berbagai kategori mulai dari *DJ, Dance, R&B, Western, Cute, KKC, Addict*, dan musik populer lainnya.

Pengguna aplikasi media sosial *TikTok* dapat menari dan bergaya dengan bebas, hal ini dapat mendorong para pembuat konten untuk lebih meningkatkan daya imajinasi, meningkatkan daya kreatifitas dan membebaskan ekspresinya. Pengguna aplikasi media sosial *TikTok* tidak hanya berasal dari kalangan orang dewasa dan remaja saja, anak – anak pun turut aktif menggunakan aplikasi media sosial ini. *TikTok* diklaim dapat melakukan pengenalan wajah dengan kecepatan tinggi yang akan disugestikan pada fitur wajah menarik seperti ekspresi lucu, imut, keren, konyol dan memalukan.

Aplikasi media sosial *TikTok* bukanlah media sosial baru di Indonesia, pada tahun 2017 *TikTok* sudah mulai dikenal di Indonesia, akan tetapi pada saat itu *TikTok* menjadi aplikasi digital berbasis video yang mengeluarkan *output* negatif yang sifatnya membodohkan. Saat *TikTok* mulai masuk ke Indonesia, aplikasi media sosial ini mengalami penolakan dari masyarakat Indonesia dan pada puncaknya Juli 2018 dilakukan pemblokiran *TikTok* di Indonesia oleh

Kementerian Komunikasi dan Informatika. Pemblokiran tersebut dilakukan karena terdapat adanya tiga ribu laporan masyarakat yang mempersoalkan mengenai konten negatif di aplikasi media sosial *TikTok* tersebut. Selain itu, ada juga laporan dari Kementerian Perempuan dan Perlindungan Anak serta Komisi Perlindungan Anak Indonesia bahwa *TikTok* mengandung banyak konten negatif seperti pornografi, asusila, dan pelecehan agama.

Data mengatakan bahwa aplikasi media sosial *TikTok* menjadi aplikasi *non-gaming* kedua yang banyak diunduh pada tahun 2019 yakni sebanyak 1,5 miliar kali diunduh di *App Store* dan *Google Play*. Selain jumlah unduhan yang meningkat, pendapatan aplikasi media sosial *TikTok* juga mengalami kenaikan mencapai sekitar Rp. 2,4 triliun dan merepresentasikan 71 % dari total pendapatannya sejak pertama kali diluncurkan, yakni setara Rp. 3,4 triliun, dan ini membuat aplikasi media sosial *TikTok* menjadi aplikasi *non-gaming* nomor tujuh dengan pendapatan tertinggi .