



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Tinjauan Literatur

Penelitian terdahulu mengenai Interaksionisme Simbolik peneliti ambil dari milik Dicky Hudiandy. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia, Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas, dengan judul “Interaksi Simbolik Pria Metroseksual di Kota Bandung, Suatu Fenomenologi Interaksi Simbolik Pria Metroseksual pada Sosok *Sales Promotion Boy* di Kota Bandung.”

Sub fokus penelitian konsep diri, kepribadian, dan proses komunikasi untuk mengukur fokus penelitian. Tipe penelitiannya adalah kualitatif, dengan metode penelitiannya deskriptif. Pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi langsung lapangan. Studi literatur, internet dan dokumentasi.

Informan penelitian berjumlah enam orang pria metroseksual di kota Bandung. Teknik yang digunakan adalah purposive sample (teknik sampel bertujuan) dimana sampel diambil melalui pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Sebelum melakukan penelitian, peneliti membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu sesuai dengan apa yang mau diteliti. Hasil penelitian yang didapat adalah konsep diri pria metroseksual

melakukan proses komunikasi dengan memperhatikan dengan tepat etika verbal dan non-verbal dalam berkomunikasi.

Kesimpulan yang didapat adalah memperlihatkan bahwa interaksi simbolik pria metroseksual ingin menunjukkan kepada lingkungan sekitarnya, bahwa pria metroseksual memiliki kepribadian yang menarik dan ingin mendapatkan penghargaan melalui simbol-simbol yang mereka miliki.

Penelitian terdahulu yang kedua peneliti ambil dari milik Erik Canyanta dari Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Program Studi Filsafat Universitas Indonesia 2008, dengan judul “Manusia dan Emosi: Sebuah Kajian Fenomenologi Eksistensialisme Sartre.” Rumusan masalah dalam penelitian milik Erik adalah penulis menawarkan suatu cara pandang fenomenologi untuk melihat emosi. Penulis mengajak untuk memberikan ruang pada fenomena emosi untuk muncul secara utuh. Sehingga didapat makna yang utuh pula.

Erik menggunakan teori Periferi milik William James, teori Tingkah Laku milik Janet, dan Emosi Sebagai *Resort of Frustration* dari dembo. Metode yang digunakan adalah Fenomenologi Sartre.

Kesimpulan atau temuan yang didapat dari penelitian diatas adalah Fenomenologi yang mengajak seseorang untuk menjadi ‘pemula’ merupakan suatu disiplin filsafat yang revolusioner. Dengan menjadi seorang pemula, manusia dapat mengeksplorasi suatu objek secara murni. Banyak hal-hal di dunia ini yang terwujud dalam berbagai cara kehadiran, termasuk dunia itu sendiri.

Hal-hal di dunia kita terima dasar sikap percaya (*believe*), hal itu dinamakan sikap natural karena kita menyandarkan diri pada hal-hal yang biasa kita jumpai dan amati.

**Tabel 2.1** Tabel Perbandingan Studi Literatur dengan Peneliti

No	Masalah	Teori	Metode	Kesimpulan
1	Interaksi Simbolik Pria Metroseksual di Kota Bandung, Suatu Fenomenologi Interaksi Simbolik Pria Metroseksual pada Sosok <i>Sales Promotion Boy</i> di Kota Bandung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komunikasi</li> <li>- Interaksi Simbolik</li> <li>- Konsep Diri</li> <li>- Kepribadian</li> </ul>	Fenomenologi	Hasil penelitian yang didapat adalah konsep diri pria metroseksual melakukan proses komunikasi dengan memperhatikan dengan tepat etika verbal dan non-verbal dalam berkomunikasi.
2	Manusia dan Emosi: Sebuah Kajian Fenomenologi Eksistensialisme Sartre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teori Periferi</li> <li>- Teori Tingkah Laku</li> <li>- Teori Emosi sebagai <i>Resort of Frustration</i></li> </ul>	Fenomenologi Sartre	Kesimpulan atau temuan yang didapat dari penelitian diatas adalah Fenomenologi yang mengajak seseorang untuk

				<p>menjadi ‘pemula’ merupakan suatu disiplin filsafat yang revolusioner. Dengan menjadi seorang pemula, manusia dapat mengeksplorasi suatu objek secara murni. Banyak hal-hal di dunia ini yang terwujud dalam berbagai cara kehadiran, termasuk dunia itu sendiri.</p>
3	<p>Pemaknaan Simbolik Pada Kalangan Anggota Komunitas <i>Fans</i> JKT48</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komunikasi Kelompok</li> <li>- Symbolic Convergence Theory</li> <li>- Interaksionisme Simbolik</li> </ul>	Fenomenologi	<p>Penelitian ini ingin mengetahui pemaknaan bersama yang dilakukan dikalangan anggota fans JKT48, dan Lalu untuk mengetahui Aspek yang</p>

			menjadi ciri khas para komunitas fans JKT48, dan apa yang diinteraksikan di kalangan anggota komunitas.
--	--	--	---

## 2.2 Komunikasi

Pesan adalah produk utama komunikasi. Pesan berupa lambang-lambang yang menjalankan ide/gagasan, sikap, perasaan, praktik atau tindakan. Bisa berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka, benda, gerak/perilaku. Komunikasi bisa terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, di antara beberapa orang atau banyak orang.

Komunikasi mempunyai tujuan tertentu, yang artinya komunikasi dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna”, dan “kita mengirimkan pesan.”(Mulyana, 2008, 46)

Dalam proses komunikasi terjadilah pertukaran kata dengan arti dan makna tertentu. Dari sudut pandang pertukaran makna, komunikasi dapat didefinisikan sebagai “proses penyampaian makna dalam berbentuk gagasan

atau informasi dari seseorang kepada orang lain melalui media tertentu.”  
Pertukaran makna merupakan inti yang terdalam dari kegiatan komunikasi karena yang disampaikan seseorang dalam komunikasi bukan kata-kata, melainkan arti atau makna dari kata-kata.

Selama komunikasi berlangsung, baik pengirim maupun penerima, terus-menerus terjadi saling memberi dan menerima pengaruh dan dampak dari komunikasi tersebut. Sebagai pertukaran makna, komunikasi bersifat khas dan unik, tidak dapat diulang secara persis sama. Karena walaupun orang yang berkomunikasi sama, pesan yang disampaikan sama, isi dan maksudnya sama, namun bila diulang, waktu, situasi, dan keadaan batin orang yang berkomunikasi sudah berbeda. (Hardjana,2007:12)

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan melalui konteks atau situasi tertentu. Aspek yang bersifat seperti fisik, cuaca, iklim, suhu udara, bentuk ruangan, jumlah peserta komunikasi mempengaruhi sebuah komunikasi. Dari yang paling sederhana adalah komunikasi antarpersonal. Komunikasi tersebut adalah komunikasi dua arah yang dilakukan oleh dua orang yang saling berkomunikasi dan bertukar pesan. Adapula komunikasi interpersonal, komunikasi tersebut merupakan hal yang sering kita lakukan tanpa kita sadari, yaitu seperti berkomunikasi dengan diri sendiri (dalam hal ini berpikir).

Komunikasi interpersonal berevolusi menjadi Komunikasi Kelompok. Komunikasi ini merupakan komunikasi yang dilakukan oleh 3-5 orang atau lebih dalam suatu tempat untuk berkomunikasi. Dan dalam

penelitian ini, peneliti menggunakan teori ini untuk bisa mendapatkan hasil dari penelitian yang peneliti kerjakan.

### 2.3 Komunikasi Kelompok

Gagasan pemikiran dari sekelompok orang akan lebih berkualitas daripada gagasan anda sendiri. Kita sering menjumpai kelompok-kelompok studi (*study club*) di kampus. Hal ini merupakan salah satu dari tipe komunikasi kelompok (*group communication*). Dalam membatasi ukuran kelompok, banyak ahli yang belum sepakat tentang keanggotaannya. Sebagian dari mereka menyebutnya kelompok kecil (*small group*).

Kelompok kecil diartikan sebagai sekumpulan individu dengan jumlah anggota yang kecil, memungkinkan mereka berkomunikasi dengan relatif mudah, baik sebagai sumber atau penerima. Kebanyakan kelompok kecil mengembangkan norma-norma, yang mengidentifikasi apa yang diinginkan anggotanya.

Tipe komunikasi ini banyak dinilai sebagai pengembangan dari komunikasi antarpribadi. Trenholm dan Jensen dalam Wiryanto (2004:45) mengatakan bahwa komunikasi antar dua orang yang berlangsung secara tatap muka biasanya bersifat spontan dan informal. Peserta satu sama lain menerima umpan balik secara maksimal.

Untuk ukuran mengenai kelompok kecil, beberapa ahli memberikan batasan yang berbeda-beda. DeVito dalam Wiryanto (2004:45) memberikan batasan, bahwa kelompok kecil sebagai sekumpulan orang,

kurang lebih 5-12 orang. ukuran kelompok kecil menurut Kumar dalam Wiryanto (2004:45) berkisar antara 15-25 orang.

Keikutsertaan individu menjadi bagian dari kelompok disebabkan oleh alasan-alasan berikut:

1. Perhatian dan keikutsertaan individu ditumbuhkan oleh solidaritas kelompok
2. Perubahan sikap akan lebih mudah terjadi apabila individu berada dalam satu kelompok, selanjutnya keputusan-keputusan kelompok akan lebih mudah diterima dan dilaksanakan apabila individu terlibat dalam pengambilan keputusan
3. Kepercayaan besar yang diberikan kelompok

Tiap kelompok menetapkan sistem nilai dan konsep perilaku normative mereka sendiri. Norma kelompok ini akan menjadi norma individu. Pengembangan norma dalam suatu kelompok digunakan untuk mengatur perilaku kelompok. Norma ini berlaku bagi setiap anggota kelompok secara individu, maupun keseluruhan.

Napier dan Gershenfeld mengemukakan bahwa para anggota kelompok akan menerima norma kelompok, apabila:

1. Anggota kelompok menginginkan keanggotaan yang kontinyu dalam kelompok
2. Pentingnya keanggotaan kelompok
3. Kelompok bersifat kohesif, yakni anggotanya berhubungan sangat erat, terikat satu sama lain, dan kelompok dapat memenuhi kebutuhan anggotanya
4. Keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok menjadi sangat penting
5. Pelanggaran kelompok dihukum dengan reaksi negatif dari kelompok  
(DeVito dalam Wiryanto, 2004:49)

Dengan adanya pembentukan norma dalam sebuah kelompok, hal ini dapat memberikan manfaat dengan terbukanya setiap anggota kelompok yang menjadi kenal dengan keadaan sesungguhnya anggota kelompok yang lain. Mereka menjadi dekat dan tak ragu untuk saling berinteraksi dan bertukar makna dengan 1 sama lainnya.

Norma dalam kelompok memiliki keterkaitan dalam perubahan atau pembentukan perilaku komunikasi di dalam kelompok. Salah satunya adalah Konformitas, yang merupakan perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat dari tekanan kelompok yang real atau dibayangkan. Apabila seseorang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota kelompok lainnya akan melakukan hal yang serupa.

Dalam kelompok ada juga yang namanya Polarisasi. Hal ini bersifat ekstrim. Contohnya, ketika dalam kelompok terjadi sebuah diskusi dan seluruh kelompok mendukung tindakan tertentu, maka mereka akan lebih kuat mendukung hal tersebut. Sebaliknya, jika mereka menentang tindakan tertentu, maka mereka akan lebih kuat lagi menentangnya. (Wiryanto, 2004:49)

## 2.4 Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat di intepretasikan secara luas.

Interaksi simbolik pada intinya menjelaskan tentang kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lain. Mereka menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia. (West & Turner, 2007:96)

*Mind, Self, and Society* merupakan karya George Herbert Mead yang paling terkenal (Mead 1934 dalam West-Turner 2007: 96), dimana dalam buku tersebut memfokuskan pada tiga tema konsep dan asumsi yang dibutuhkan untuk menyusun diskusi mengenai teori interaksi simbolik.

Ralph LaRossa dan Donald C.Reitzes dalam West & Turner (2007) telah mempelajari teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan kajian mengenai keluarga. Mereka mengatakan bahwa tujuh asumsi mendasari

*Symbolic Interaction* (SI) dan bahwa asumsi-asumsi ini memperlihatkan 3 tema besar:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia
2. Pentingnya konsep mengenai diri
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

### **Pentingnya Makna bagi Perilaku Manusia**

Teori Interaksi Simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi, karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Dibutuhkan konstruksi interpretif di antara orang untuk menciptakan makna. Bahkan, tujuan dari interaksi menurut SI, adalah untuk menciptakan makna yang sama. Hal ini penting karena tanpa makna yang sama, berkomunikasi akan menjadi sulit, atau bahkan tidak mungkin. (West & Turner, 2007:99)

Menurut LaRossa dan Reitzes, tema ini mendukung tiga asumsi SI yang diambil dari karya Blumer (1969):

1. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka
2. Makna diciptakan dalam interaksi manusia
3. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif

Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka. Mereka mencari makna dengan mempelajari penjelasan psikologis dan sosiologis mengenai perilaku. Makna yang kita berikan pada simbol merupakan produk dari interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan kita untuk menerapkan makna tertentu pada simbol tertentu pula.

Sebagai contoh di Amerika serikat umumnya menghubungkan cincin perkawinan dengan cinta dan komitmen. Cincin adalah simbol ikatan resmi dan emosional, karenanya kebanyakan orang menghubungkan simbol ini dengan konotasi yang positif. Namun, beberapa orang berpendapat dan memberikan reaksi negatif pada cincin kawin, sebagai situasi yang merendahkan, karena mereka melihat pernikahan sebagai sebuah institusi yang opresif (penindasan).

Tidak demikian bagi peneliti interaksi simbolik, mereka menilai bahwa cincin itu sendiri tidak mempunyai makna yang spesifik, cincin ini memiliki makna ketika orang berinteraksi dan menganggapnya sebagai sesuatu yang penting.

Herbert Mead mengatakan bahwa makna diciptakan dalam interaksi antarmanusia. Dengan menekankan dasar intersubjektif dari makna, makna dapat ada ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai simbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi.

Herbert Blumer dalam West & Turner, (2007) menjelaskan bahwa terdapat tiga cara untuk menjelaskan sebuah makna:

1. Mengatakan bahwa makna adalah sesuatu yang bersifat intrinsik dari suatu benda.
2. Terhadap asal-usul makna melihat makna itu. Dibawa kepada benda oleh seseorang bagi siapa benda itu bermakna hal ini mendukung pemikiran bahwa makna itu terdapat dalam diri seseorang, bukan pada suatu benda.
3. Melihat makna sebagai sesuatu yang terjadi di antara orang-orang. makna adalah produk sosial, atau ciptaan yang dibentuk dalam dan melalui pendefinisian aktivitas manusia ketika mereka berinteraksi. (Blumer dalam West & Turner, 2007: 100)

### **Makna Dimodifikasi melalui Proses Interpretif**

Blumer menyatakan bahwa proses interpretif ini memiliki dua langkah. Pertama adalah para pelaku menentukan benda-benda yang mempunyai makna. Blumer berargumen bahwa bagian dari proses ini berbeda dari pendekatan psikologis dan terdiri atas orang yang terlibat di dalam komunikasi dengan dirinya sendiri.

Kedua adalah melibatkan si pelaku untuk memilih, mengecek, dan melakukan transformasi makna di dalam konteks di mana mereka berada. (West & Turner, 2007: 100)

Ada tiga premis dasar dari interaksi simbolik. Pertama bahwa tindakan manusia terhadap sesuatu berdasarkan arti yang dimilikinya tentang sesuatu tersebut. Tindakan manusia tidak akan sama kepada semua objek, karena setiap objek memiliki arti tertentu. Maka reaksi manusia terhadap masing-masing objek akan berbeda.

Kedua adalah arti dari sesuatu muncul dari interaksi sosial. manusia secara bersama-sama menciptakan arti kepada suatu objek. Dan yang terakhir adalah sesuatu itu dimodifikasi lewat proses interpretasi. (Semiawan, 2010: 88)

## 2.5 Konsep *Fans*

Literatur tentang fandom dihantui oleh gambaran penyimpangan. seorang *fans* ditandai secara konsisten (berdasarkan referensi istilah tersebut) sebagai sesuatu yang berpotensi fanaik. ini berarti bahwa fandom dipandang sebagai sesuatu yang berlebihan, mendekati gila, berdasarkan perilakunya.

Fandom dipandang sebagai gejala psikologis dari disfungsi sosial. *fans* dicirikan sebagai sesuatu yang menyimpang, sesuatu yang jelek, dan bahkan dikategorikan sebagai sesuatu yang berbahaya bagi orang lain. Tapi jenis sosial seperti ini, dapat didefinisikan bahwa mereka menampilkan sebuah minat, kasih sayang dan keterikatan, terutama pada tokoh dan bidang pilihan mereka.

literatur tentang fandom sebagai fenomena sosial dan budaya relatif jarang. Apa yang tertulis biasanya berhubungan tentang selebriti atau ketenaran. *fans* dipahami, setidaknya merupakan akibat dari adanya selebriti, mereka didefinisikan sebagai respon dari sistem kebinatangan. (Lewis, 1992: 9-10)

Seorang *fans* biasanya melibatkan emosi, hasrat, dan fantasi dalam melakukan *idoling*. Mereka menginginkan, membayangkan, dan membenamkan diri dalam fantasi. Jika mereka bisa berfantasi menjadikan seorang *idol* sebagai kekasih mereka, kenapa tidak? mereka tidak akan merasa bersalah atau pun malu, karena mereka tidak melakukannya secara nyata. (Galbraith & Karlin, 2012: 175-176)

*Idol* adalah fiksi yang memiliki efek yang sangat nyata dan mempengaruhi. Ini bukan tentang perbedaan antara fiksi dan realitas, melainkan menilai fiksi itu sendiri. kebutuhan akan *idol* menjadi “eksistensi absolute” yang tidak berubah dan keluar dari kehidupan sehari-hari, seperti sumber keamanan dan dukungan yang teguh untuk para *fans*.

Telah dicatat dalam literatur (Ogawa 1988, 122-123; Sasakibara 2004, 50). Bagian yang tidak tereksplorasi dari seorang *idol* adalah bagaimana ia dibayangkan dan bagaimana citranya dibentuk. kecenderungan seperti itu tampak paling menonjol di kalangan *fans*, yang disebut “otaku” di Jepang. (Galbraith & Karlin, 2012: 186)

## 2.6 Symbolic Convergence Theory (SCT)

Teori Konvergensi Simbolik dikembangkan oleh Ernest Bormann bersama dengan kelompok mahasiswa dari universitas Minnesota (1960-1970), dan menemukan proses sharing fantasi. Jadi konsep Teori Konvergensi Simbolik adalah tema fantasi. Tema fantasi adalah pesan yang didramatisasi seperti permainan kata-kata, analogi, cerita, dan pidato yang menghidupkan interaksi dalam kelompok.

Setiap individu akan saling berbagi fantasi karena kesamaan pengalaman atau karena orang yang mendramatisasi pesan memiliki kemampuan retorik yang baik. Suatu cerita, lelucon, atau permainan kata-kata yang sering terjadi dalam suatu kelompok nampaknya tidak bermakna apa-apa. Semuanya tidak memiliki efek dalam interaksi selanjutnya. Akan tetapi, kadangkala salah seorang dari anggota kelompok mengambil pesan tersebut dan kemudian membumbui cerita itu dan mendramatisasi pesan dengan gaya cerita masing-masing.

Dalam teori ini, partisipasi dikenal dengan rantai fantasi, dan saat hal itu terjadi, individu-individu tersebut telah berbagi kelompok fantasi. Konvergensi Simbolik ini bisa juga disebut komunikasi umum. Teori ini menjelaskan bahwa makna, emosi, nilai, dan motif untuk tindakan di retorika yang dibuat bersama oleh orang yang mencoba untuk memahami dari pengalaman yang umum, seperti keragaman kehidupan.

*Fantasy-chaining* (yang terus merambat/berantai) oleh masyarakat umum tentang sebuah pengalaman yang memproduksi visi retorik dalam

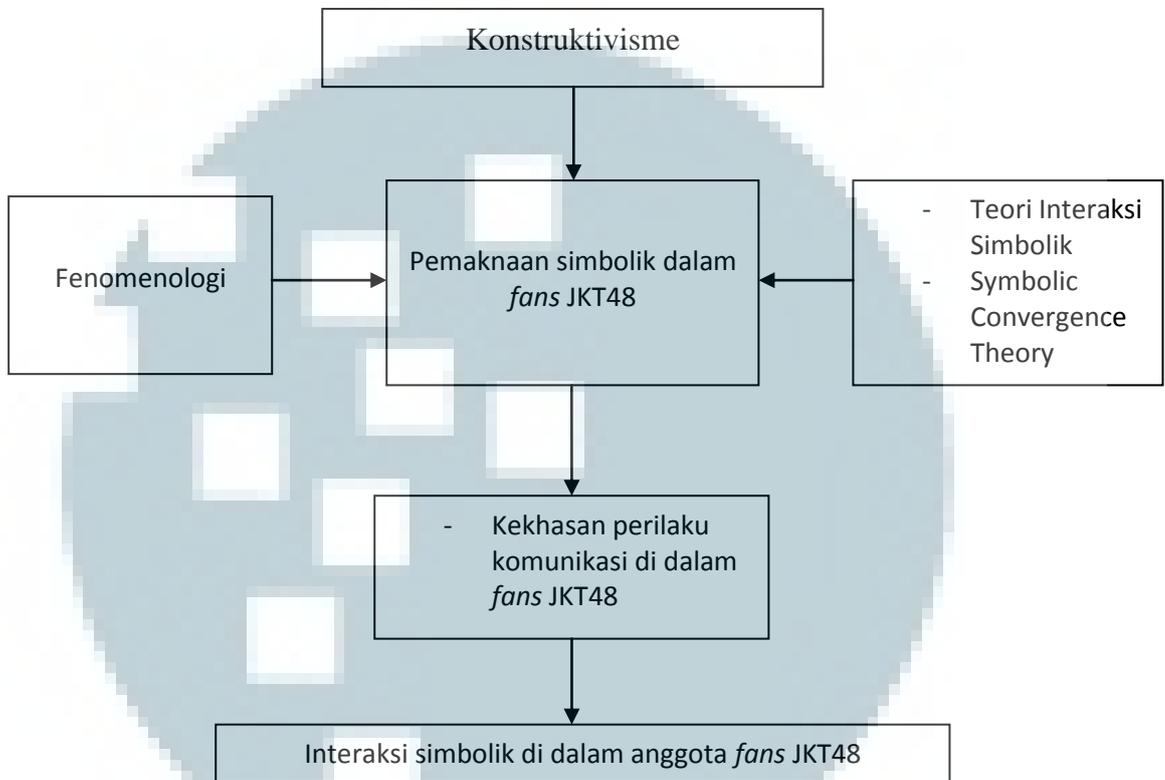
semua masyarakat. Teori Konvergensi Simbolik membahas tentang fenomena pertukaran pesan yang memunculkan kesadaran kelompok yang berimplikasi pada hadirnya sebuah makna, motif, dan perasaan bersama. Dengan berusaha menerangkan bagaimana orang-orang secara kolektif membangun sebuah kesadaran simbolik bersama melalui sebuah interaksi.

Fungsi dari teori ini adalah untuk menganalisa interaksi yang terjadi di dalam skala kelompok kecil. Kelompok tersebut bisa berupa kelompok sosial, kelompok belajar, atau kelompok dalam sebuah pergaulan, yang dalam hal penelitian ini adalah sebuah kelompok fans JKT48.

Kelompok fans JKT48 terbentuk karena adanya pembagian (*sharing*) fantasi kepada sesama penikmat JKT48. Mereka berinteraksi dan menciptakan makna-makna baru di dalam kelompok tersebut dan terus membagikan pengalamannya. (Braithwaite & Baxter, 2006: 147)

UMMN

Gambar 2.6.1 Kerangka Pemikiran



UMMN