

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu penting untuk digunakan sebagai bahan untuk mendukung sebuah penelitian. Pada penelitian Representasi Homoseksual dalam Film *Kucumbu Tubuh Indahku* digunakan tiga penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dan referensi pada pembuatan karya ilmiah. Ketiga penelitian yang dipakai sebagai penelitian terdahulu memiliki kesamaan baik dalam konsep yang digunakan ataupun pemilihan topik penelitian. Sedangkan, tidak ada penelitian terdahulu yang menggunakan film *Kucumbu Tubuh Indahku* sebagai bahan penelitian. Hal ini dikarenakan film ini merupakan film yang masih baru (tahun 2019) dan bukanlah film populer untuk dijadikan penelitian.

Penelitian terdahulu pertama berjudul Representasi Homoseksual dalam Film *The Imitation Game* karya Jessica Belinda Kaya pada tahun 2016. Penelitian ini masuk kedalam Jurnal E-komunikasi untuk program studi ilmu komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi homoseksual di dalam film *The Imitation Game*. Konsep yang dipakai pada penelitian terdahulu ini serupa dengan konsep yang akan dipakai pada penelitian Representasi Homoseksual dalam Film *Kucumbu Tubuh Indahku* yaitu konsep homoseksual, film dan juga konsep representasi. Namun, yang membedakan adalah penelitian

terdahulu ini menggunakan metode semiotika dari John Fiske sedangkan yang digunakan adalah metode semiotika milik Roland Barthes.

Penelitian terdahulu berikutnya yang digunakan untuk menunjang penelitian Representasi Homoseksual dalam Film Kucumbu Tubuh Indahku ini adalah penelitian milik Lilis Rucirisyanti, Redi Panuju, dan Daniel Susilo pada tahun 2017. Penelitian berjudul Representasi Homoseksual di Youtube: (Studi Semiotika pada Video pernikahan Sam Tsui) diambil dari Jurnal Komunikasi Vol 10/No.02 dari Universitas dr. Soetomo Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi homoseksual pada video pernikahan Sam Tsui di Youtube.

Perbedaan penelitian Representasi Homoseksual di Youtube: (Studi Semiotika pada Video pernikahan Sam Tsui) dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada apa yang diteliti. Penelitian terdahulu ini menggunakan konten dari media sosial Youtube untuk diteliti sehingga teori yang digunakan adalah mengenai *social media*. Pada penelitian Representasi Homoseksual dalam Film Kucumbu Tubuh Indahku, yang dijadikan bahan penelitian adalah film sehingga tidak menggunakan teori *social media* melainkan menggunakan konsep film. Metode yang digunakan oleh penelitian terdahulu ini serupa dengan metode yang dipakai untuk penelitian Representasi Homoseksual dalam Film Kucumbu Tubuh Indahku yaitu Semiotika Roland Barthes.

Penelitian terdahulu berikutnya adalah milik Rizqi Qurrota A 'yuni dari Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini serupa dengan penelitian yang

dilakukan karena mengambil topik perilaku seksual yang direpresentasikan dalam sebuah film. Penelitian berjudul Representasi Homoseksual dalam Film Method (Analisis Semiotika Roland Barthes) ini mengambil metode semiotika Roland Barthes, namun dalam pembahasan penelitian, penelitian ini tidak membahas perilaku seksual secara terperinci peradegan yang merepresentasikan, namun dikelompokkan berdasarkan perilaku non-verbal yang didapat atau dilakukan di dalam film Method.

Kedekatan dengan *setting* kultural dalam film ini membuat penelitian Representasi Homoseksual dalam Film Kucumbu Tubuh Indahku menjadi berbeda dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Walaupun demikian terdapat beberapa kesamaan seperti teori dan konsep yang dipergunakan. Penelitian ini mencoba untuk melihat fenomena homoseksual dan keterkaitannya dengan kultur budaya Jawa Timur yang dijadikan sebagai latar pada film ini. Sehingga penelitian ini memposisikan diri sebagai penelitian baru dan orisinil yang berbeda dengan penelitian terdahulu lainnya.

Berikut ini penjabaran tabel penelitian terdahulu dengan beberapa aspek pembeda untuk membandingkan masing-masing penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Jessica Belinda Kaya	Lilis Rucirisyanti, Redi Panuju, Daniel Susilo	Rizqi Qurrota A'yuni
2016	2017	2019
Judul Penelitian		
Representasi Homoseksual dalam Film <i>The Imitation Game</i>	Representasi Homoseksual di Youtube: (Studi Semiotika pada Video pernikahan Sam Tsui)	Representasi Homoseksual dalam Film Metod (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Tujuan Penelitian		
Untuk mengetahui bagaimana representasi homoseksual di dalam film <i>The Imitation Game</i>	Untuk mengetahui representasi isu homoseksual pada video pernikahan Sam Tsui di Youtube	Untuk mengetahui representasi homoseksualitas yang tergambar melalui tanda-tanda yang terkandung dalam film <i>Method</i>
Konsep/Teori		
Homoseksual, Film, Representasi	Homoseksual, Representasi, Orientasi Seksual, Social Media	Representasi, Film, Homoseksual, Representasi
Metode Penelitian		
Semiotika John Fiske	Semiotika Roland Barthes	Semiotika Roland Barthes
Hasil Penelitian		
Film <i>The Imitation Game</i> menggambarkan homoseksual sebagai sosok pahlawan. Film ini mencoba untuk melawan ideologi bahwa kaum heteroseksual adalah kaum yang normal dibandingkan mereka yang homoseksual. Dalam film ini walaupun homoseksual menghasilkan sesuatu bagi masyarakat, namun ketimpangan sosial tetap terasa dengan stereotipe bahwa homoseksual itu feminis, suka menyendiri, tidak diterima di masyarakat dan masih minoritas.	Pernikahan Sam Tsui dan Casey adalah pernikahan sesama jenis. Homoseksual digambarkan dalam keseluruhan video dalam hal ini dalam keseluruhan prosesi pernikahan. Salah satu yang mencolok adalah mematahkan tradisi bahwa pengantin wanita menunggu di altar dan pengantin pria berjalan menuju altar. Terbuklah mitos baru dalam pernikahan sesama jenis yaitu kedua pasangan (Sam Tsui dan Casey Braves) berjalan bersamaan menuju tempat pemberkatan	Di dalam film <i>Method</i> terdapat beberapa adegan yang merepresentasikan perilaku homoseksual. Berdasarkan penelitian terdapat 11 tanda perilaku homoseksual dari 16 adegan yang diteliti. Segala adegan yang mengandung unsur homoseksual merupakan hasil dari sikap Young Woo dan Jae Ha yang adalah teman kerja.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 20121

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 Representasi

Stuart Hall mengungkapkan bahwa representasi adalah sebuah proses produksi, sirkulasi, dan pertukaran makna dengan medium simbol, gambar, dan bahasa (Setyowati, 2019, p. 93). Menurut Marcel Danesi dalam (Wibowo, 2013, p. 148), representasi dapat mendefinisikan sebagai suatu proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dengan cara fisik. Menurut David Croteau dan William Hoynes, representasi dapat diartikan sebagai hasil dari proses penyeleksian, sehingga ada hal tertentu yang diberi penekanan dan digaris bawahi, namun ada hal lain yang diabaikan (Wibowo, 2013, p. 149).

Representasi selalu berhubungan dengan tanda dan makna. Ini sejalan dengan prinsip dasar komunikasi yang mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses simbolik. Manusia membutuhkan simbolisasi dan penggunaan lambang dalam kehidupannya, sehingga adanya keterikatan antara keduanya (Rustan & Nurhakki, 2017, p. 34). oleh karena itu, konsep dari representasi selalu dinamis karna berkaitan dengan adanya proses negosiasi pada pemaknaan baru seiring berjalannya waktu. Selain itu perubahan dalam representasi juga berkaitan dengan intelektualitas dan kebutuhan pengguna tanda.

John Fiske, dalam (Wibowo, 2013, p. 149) membagi representasi kedalam tiga proses yaitu:

1. Realitas

Suatu peristiwa dikonstruksi sebagai sebuah realitas oleh media dalam berbagai bentuk. Dalam bahasa tertulis, realitas dikonstruksi dalam bentuk transkrip wawancara dan sebagainya. Dalam bentuk audio visual seperti film dan televisi, realitas dikonstruksi dalam aspek berpakaian, lingkungan, *makeup*, *gesture*, ucapan, ekspresi dan lain-lain.

2. Representasi

Realitas yang sudah dikonstruksi digambarkan dalam perangkat teknis. Pada bentuk bahasa tulis dibuat dalam bentuk kalimat, foto, grafik, caption, dan lain sebagainya. Dalam bentuk audio visual, seperti film dan televisi, realitas di representasikan dalam bentuk sudut tata cahaya, musik, sudut pengambilan gambar dan lain-lain.

3. Ideologi

Proses terakhir dalam representasi adalah ideologi, dimana dalam prosesnya peristiwa saling dihubungkan ke dalam bentuk koherensi dan kode yang dapat diterima secara ideologis, seperti sosialisme, patriarki, materialisme, ras, status sosial, dan lain sebagainya.

Representasi adalah salah satu konsep penting dalam memproduksi sebuah kebudayaan. Untuk memahami sebuah kebudayaan penting untuk memahami bagaimana makna dihasilkan

oleh bahasa secara simbolik dalam tataran representasi (Setyowati, 2019, p. 90). Sebuah bahasa tidak dikeluarkan secara sengaja dan Cuma-cuma, melainkan ingin mengkomunikasikan sebuah konsep dan ide dalam bentuk tanda dan simbol (Junifer, 2016). Kerkaitan antara representasi, makna. bahasa dan unsur kebudayaan dapat dijabarkan dengan menggunakan sirkuit kebudayaan yang diungkapkan oleh Paul du Gay (1997).

Sirkuit kebudayaan terdiri dari identitas, representasi, produksi, konsumsi, dan regulasi. Konsep identitas berkaitan dengan citra diri dan kepemilikan oleh sekelompok anggota dalam suatu kebudayaan. Dimana konsep ini ditingkatkan dengan konsumsi produk-produk kultural dan representasinya melalui media. Konsep representasi menjelaskan bagaimana cara media memberikan makna bagi kelompok budaya, mengkonstruksi identitas, dan memberikan makna kepada produk kebudayaan (Setyowati, 2019, pp. 107-108).

Konsep produksi menjelaskan bahwa budaya adalah suatu benda yang diproduksi melalui representasi. Konsep konsumsi menjelaskan bahwa budaya adalah sebuah komoditas dimana fetisisme terkandung dalam nilai dan kualitas yang dimiliki oleh masing-masing produk. Konsep regulasi berkaitan dengan mekanisme untuk memodifikasi distribusi dan penggunaan produk budaya (Setyowati, 2019, pp. 108-109).

2.2.2 Semiotika Roland Barthes

Semiotika dalam komunikasi dimaknai sebagai pembentukan suatu makna dari sebuah pesan baik itu dari pengirim ataupun penerima pesan. Makna yang terbentuk tidaklah bersifat absolut. Bagaimana seseorang melihat suatu makna dari sebuah pesan bisa memiliki perbedaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Ada banyak sekali model semiotika yang ada, namun model semiotika yang paling populer berasal dari Roland Barthes. Roland Barthes (dalam Wahjuwibowo, 2018, pp. 36-37) mengemukakan bahwa semiotika menaruh penekanan pada interaksi yang terjadi antara teks dengan pengalaman personal masing-masing individu. Selain itu faktor apa yang diharapkan dari sebuah pesan juga turut mempengaruhi bagaimana suatu pesan dimaknai. Gagasan yang dikemukakan oleh Barthes ini disebut sebagai “*Order of Significations*”. Barthes membagi tatanan signifikansi (*Order of Significations*) kedalam dua tatanan utama yaitu konotasi dan denotasi, dengan satu tatanan tambahan yaitu mitos.

Tatanan signifikansi yang pertama adalah denotasi. Tatanan ini menjelaskan tentang pemaknaan antara sebuah tanda dengan apa yang diwakilinya, dan juga relasi antara penanda (*signifier*) dengan petanda (*signified*) di dalam sebuah tanda. Denotasi mengacu pada suatu hal yang diyakini oleh akal sehat sebagai suatu kebenaran, ataupun suatu

hal yang diyakini oleh orang banyak (*common-sense*). Denotasi merujuk pada sebuah tanda yang teramati karena memiliki sebuah makna. Pada beberapa tanda, makna denotatifnya akan terlihat sama, namun makna denotatif yang sama dapat dilihat perbedaannya dengan menggunakan makna konotatif. (Dwiningtyas, 2018)

Tatanan kedua yang dirumuskan oleh Roland Barthes dalam signifikansi tanda adalah makna konotasi. Jika denotasi melihatnya secara akal sehat dan tingkat keumuman suatu tanda maka konotasi lebih melihat pada bagaimana suatu interaksi yang terjalin pada saat tanda bertemu dengan perasaan dan emosi dari pengguna dan juga nilai-nilai budaya sekitar ataupun yang dianut oleh pengguna. Memang pada dasarnya makna konotasi lebih bersifat pemikiran yang subjektif dan bisa berakibat berbeda antara satu pihak dengan pihak lainnya. Barthes (1977) memberikan contoh untuk memperjelas kedua tatanan makna ini yaitu berupa foto. Di dalam foto makna konotasi dan denotasi akan terlihat dengan sangat jelas, makna denotasinya adalah apa/objek apa yang difoto, sedangkan konotasi lebih kepada bagaimana proses pengambilan fotonya dan apa yang mau diceritakan di dalam fotonya (Dwiningtyas, 2018, p. 141).

Mitos merupakan cara kerja tanda yang ada di tatanan signifikansi tahap dua. Menurut Barthes, mitos merupakan sebuah penjabaran dimana kebudayaan memahami aspek-aspek yang terlihat dalam realitas atau alam. Mitos adalah sebuah produk dari sebuah kelas

sosial yang mendominasi dalam sejarah masyarakat. Ketika konotasi adalah makna penanda pada tatanan tahap dua, mitos merupakan makna petanda dari tatanan tahap kedua. Mitos merupakan sebuah bentuk kelaziman yang ada di dalam budaya, dimana konsep itu sudah ada dan tertanam sebelum aspek realitas ditemukan, dan aspek realitas hanya mengaktivasi mata rantai dari konsep tersebut (Dwiningtyas, 2018, pp. 143-144).

2.2.3 Film

Film merupakan sebuah media komunikasi audio visual yang terbentuk dari gambar-gambar yang bergerak dan membentuk sebuah cerita. Hasil penggabungan dan pengembangan dari prinsip fotografi dan proyektor menghasilkan sebuah *motion picture* atau yang dikenal dengan film (Prasetya, 2019, p. 30).

Gambar bergerak (Film) merupakan sebuah bentuk komunikasi massa visual yang dominan di seluruh dunia (Prasetya, 2019, p. 27). Sobur (dalam Wahjuwibowo, 2018, p. 34) menyatakan bahwa hubungan antara film dengan masyarakat bisa dipahami secara linear, Linear dapat diartikan bahwa film selalu mempengaruhi masyarakat dan membentuk sifat dari masyarakat sesuai dengan pesan yang disampaikan di dalam film tersebut.

Kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat itu berkaitan dengan pesan yang ada pada jalan cerita atau tema pada sebuah film. Menurut McQuail, film kerap kali digunakan sebagai medium

propaganda karena kemampuan dari sebuah film untuk menyampaikan sebuah pesan yang diselipkan dalam tema ataupun jalan cerita hanya dalam waktu singkat dan jangkauan yang luas. Dalam propaganda, sebuah ideologi diselipkan pada jalan cerita dan dikemas menjadi sebuah drama atau cerita (Prasetya, 2019, p. 28).

Film selain sebagai media menyampaikan pesan komunikasi massa juga merupakan media representasi sosial. Film merekam realitas sosial yang terjadi di masyarakat dan mengemasnya dalam bentuk yang lebih atraktif dan mudah untuk diterima masyarakat. Menurut Wahjuwibowo (2018, p. 34) film memiliki sifat yang berbeda dengan media lainnya yaitu "*See what you imagine*" sedangkan media lainnya memiliki sifat "*See what you see*". Sifat yang dimaksudkan disini adalah khalayak tidak perlu berimajinasi untuk menerima sebuah pesan, ini tidak terlepas dari film yang merupakan media yang menyajikan pesan dalam bentuk audio visual.

Karakteristik dari film, membuat film memiliki kemampuan untuk menarik perhatian khalayak sehingga film mudah untuk memanipulasi ataupun dimanipulasi oleh kalangan tertentu. Film sendiri menurut Elvinaro dapat dikelompokkan kedalam empat jenis (Prasetya, 2019, p. 31), yaitu:

1. Film Cerita

Film cerita ini kebanyakan menggunakan cerita fiktif yang merupakan khayalan dari sutradara ataupun penulis naskah.

2. Film Dokumenter

Film jenis ini lebih mengedepankan pengisahan atau jalan cerita yang berdasarkan sebuah kenyataan. Biasanya jalan cerita film ini merupakan interpretasi pribadi, baik itu dari penulis naskah, sutradara, ataupun narasumber.

3. Film Berita

Serupa dengan film dokumenter, film berita masih mengedepankan kenyataan namun lebih berfokus pada fakta dan peristiwa yang benar terjadi, sedangkan dokumenter bisa ditambahkan unsur dramatisasi di dalamnya.

4. Film Kartun

Target dari film ini biasanya adalah anak-anak, dan merupakan kombinasi dari gambar kartun yang digerakkan dengan menggunakan komputer.

2.2.4 Semiotika dan Film

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari sebuah tanda dan makna pada sebuah objek visual. Namun seiring berjalannya waktu, semiotika bisa diterapkan pada banyak aspek, salah satunya dalam bentuk teks, hal ini membuat jangkauan studi semiotika menjadi lebih luas. Salah satu medium komunikasi yang memiliki keterkaitan dengan semiotika adalah film. Ini berkaitan pula dengan film yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat secara luas

dan kedekatannya dengan fenomena sosial di masyarakat (Prasetya, 2019, p. 41).

Film merupakan sebuah gambar bergerak yang secara tidak langsung merepresentasikan realita sosial yang terjadi di masyarakat. Hal ini membuat film memiliki banyak simbol dan tanda yang terkandung dan tersirat pada jalan ceritanya. Simbol yang biasanya terdapat pada sebuah film berkaitan dengan karakter tokoh, simbol budaya, kode budaya dan narasi visual (Prasetya, 2019, p. 42).

Sebagai contohnya pembahasan ataupun adegan yang berbau seks dan kekerasan. Ada masyarakat yang mempersepsikan hal tersebut sebagai suatu hal yang negatif karena budaya yang terkandung di masyarakat, tapi ada pula yang mempersepsikan itu sebagai suatu hal yang biasa terjadi. Perbedaan persepsi tersebut membuat adanya kedekatan antara film dan budaya (Prasetya, 2019, p. 42).

Semiotika merupakan studi yang mempelajari bahwa simbol kebudayaan yang ada pada film merupakan gabungan konsep tanda dan kultur yang ada pada masyarakat. Hal ini berkaitan pula dengan film yang merupakan cerminan masyarakat yang bersifat multitafsir. Faktor tersebut membuat film perlu dilihat dengan pemaknaan yang lebih dalam untuk memahami simbol dan tanda yang ada pada sebuah film (Prasetya, 2019, pp. 42-43).

2.2.5 Orientasi Seksual

Orientasi seksual dapat diartikan sebagai suatu bentuk ketertarikan individu pada lawan jenis, sesama jenis, ataupun keduanya (Cook, 2020). Menurut Papalia, Olds, dan Feldman, orientasi seksual merupakan gabungan dari komponen seksualitas. Komponen seksualitas disini merupakan daya tarik baik itu emosional, romantis, seksual, dan kasih sayang dalam diri pribadi (Retaminingrum, 2017).

Ketertarikan individu baik secara seksual dan afeksi pada lawan jenis biasa disebut heteroseksual, ketertarikan individu pada sesama jenis biasa disebut homoseksual, sedangkan individu yang memiliki ketertarikan pada kedua lawan jenis disebut bisexsual (Cook, 2020). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi orientasi seksual seseorang, yaitu

1. Faktor biologis

Bailey dan Pillard menyatakan bahwa penyebab orientasi seksual adalah karena ‘*gay gene*’. *Gay gene* ini dapat diartikan sebagai sel hipotalamik pada laki-laki heteroseksual dua kali lebih besar dari pria gay.

2. Faktor Lingkungan

Orientasi Seksual seseorang juga dipengaruhi oleh pembelajaran yang didapatkannya dari lingkungan dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Salah satu faktor pemicu

beralihnya orientasi seksual seseorang adalah karena dia hidup di lingkungan yang menganggap bahwa penyimpangan seksual adalah hal yang umum terjadi.

3. Faktor Keluarga

Orang tua sebagai pihak keluarga menjadi salah satu faktor pemicu orientasi seksual seseorang. Pada umumnya peranan ayah yang dinilai kurang positif bisa menjadi pemicu orientasi seksual seseorang.

2.2.6 Homoseksual

Homoseksual berasal dari kata homo dan *sexual*, yang dimana homo dalam bahasa Yunani dapat diartikan sebagai “sama”. Menurut Feldmen, Homoseksual dapat berarti sebagai sebuah ketertarikan individu terhadap sesama jenis baik itu laki-laki ataupun perempuan. Ketertarikan ini bisa dalam bentuk kontak seksual ataupun kecenderungan dari sisi psikologis, emosional, dan sosial (Hidayah, 2017).

Homoseksual sudah ada dan digunakan sejak abad XI Masehi, tepatnya pada tahun 60an setelah apa yang dinamakan “Revolusi Seksual”. Pada awalnya seseorang yang memiliki orientasi seksual berbeda (non-heteroseksual) disebut dengan istilah *homophile* dan homoseksual, namun seiring perkembangan zaman, istilah gay dan lesbian menyebar secara luas dan menggantikan istilah homoseksual (Sinyo, Anakku Bertanya Tentang LGBT, 2014, p. 46). Gay

merupakan istilah yang digunakan untuk seorang pria yang memiliki ketertarikan secara seksual pada sesama pria. Lesbian adalah seorang wanita yang memiliki ketertarikan secara seksual pada sesama wanita (Sinyo, Anakku Bertanya Tentang LGBT, 2014, p. 6).

Perubahan orientasi seksual seseorang dari heteroseksual menjadi homoseksual pada umumnya disebabkan oleh beberapa faktor. Diantaranya, 32% disebabkan oleh faktor genetis, 25% disebabkan oleh faktor lingkungan keluarga, dan 43% karena lingkungan pendukung tertentu. Beberapa faktor lingkungan sosial yang dinilai mempengaruhi seorang individu menjadi homoseksual adalah karena sejak dini seorang lelaki dibesarkan sebagai seorang wanita ataupun sebaliknya, selain itu faktor permasalahan dalam hubungan keluarga dengan orang tua yang memiliki jenis kelamin sama turut mempengaruhi orientasi seksual seseorang (Cook, 2020). Secara garis besar pengalaman sejak kanak-kanak hingga dewasa turut mempengaruhi pandangan seseorang pada orientasi seksualnya.

Homoseksual dapat dibagi kedalam tiga kategori menurut Kendall dan Hammen (Hidayah, 2017), sebagai berikut: seseorang individu yang memiliki ketertarikan secara seksual terhadap individu yang memiliki gender yang sama. Kedua, memiliki keterlibatan dalam suatu kontak seksual dengan individu yang memiliki orientasi seksual yang sama. Ketiga, seorang individu yang memandang dirinya memiliki orientasi seksual sebagai seorang gay ataupun lesbian.

2.2.7 Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan sebuah bentuk komunikasi yang memanfaatkan pesan-pesan nonverbal. Pesan nonverbal merupakan sebuah pesan yang disampaikan dalam rangkaian komunikasi namun terlepas dari kata-kata yang diucapkan ataupun dituliskan. Walaupun berbeda, komunikasi nonverbal dan verbal saling melengkapi satu dengan yang lain dalam proses penyampaian pesan.

Mark Knapp (Cangara, 2018, p. 122) mengungkapkan fungsi dari komunikasi nonverbal adalah sebagai berikut:

- a. *Repetition*, komunikasi nonverbal berfungsi untuk menegaskan atau memberi penekanan pada komunikasi verbal.
- b. *Substitution*, komunikasi nonverbal digunakan untuk menunjukkan suatu pesan yang tidak bisa diungkapkan dalam komunikasi verbal seperti perasaan dan emosi.
- c. *Identity*, komunikasi nonverbal sebagai bentuk pengungkapan jati diri individu supaya individu lain dapat mengenalnya.
- d. Komunikasi nonverbal digunakan untuk melengkapi dan menyempurnakan komunikasi verbal.

Pengaruh budaya tempat individu tersebut berada dan tumbuh sangat mempengaruhi bagaimana seorang individu menggunakan

komunikasi nonverbal. Hal itu membuat makna komunikasi nonverbal juga dibentuk oleh sistem sosial budaya masyarakat yang sudah mengakar. Seperti halnya di Asia, meludah di depan individu lain merupakan bentuk penghinaan dan suatu hal yang tidak sopan, berbeda maknanya dengan suku Indian di Amerika yang menganggap sebagai penghormatan (Cangara, 2018, p. 122).

2.3 Kerangka Pemikiran

