ISSN 2086-3284

JURNAL KOMUNIKASI STIKOM PROSIA

VOL. 12 NO. 01 APRIL 2017

TEKNIK PENULISAN NASKAH IKLAN SUKU BUNGA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK NASABAH EXPRESI BCA

Ade Leasfita

POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS SIMPATISAN UNITED
DALAM MEMBENTUK SOLIDARITAS KELOMPOK

Adevy Vanie

INTERAKSI SOSIAL KAUM GAY DALAM MEMBANGUN EKSISTENSI
(STUDI TINDAKAN KOMUNIKASI HABERMAS)

Anggoro Santoso

TINJAUAN ESTETIKA "THE LIANG GIE" DALAM FILM A THOUSAND
WORDS KARYA BRIAN ROBBINS

Bintang Nurijadi

STUDI FENOMENOLOGI "GAYA BAHASA" SISWA SMK PASAR MINGGU
DI MEDIA SOSIAL "PATH"

Novida Irawan

DITERBITKAN OLEH

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM)

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia

Jl. Tegalan No. 1E Palmeriam Jakarta Timur

<http://www.stikomprosia.ac.id/>

JURNAL KOMUNIKASI STIKOM PROSIA

Volume 12, Nomor 1, April 2017

Terbit dua kali setahun berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian di bidang Ilmu Komunikasi.

Penasehat	:	Hj. Hurdatul Ainiah, SH
Penanggung Jawab	:	Bintang Nurijadi, M.Si
Pemimpin Redaksi	:	Zainul Maarif, M.Hum
Sekretaris Redaksi	:	Eka Megawati, M.IKom
Redaktur Pelaksana / Editor	:	Novida Irawan, M.Si Fitri Wahyu Rahmadania, MA Ifah Atur Kurniati, M.Ikom
Desain / Tata Letak	:	Anggoro Santoso, M.Si Pepen Sumirat, S.Sos
Sirkulasi dan Distribusi	:	Abu Sopian, S.Kom, M.Kom
Mitra Bestari	:	Dr. Jamalullail Dr. Sumardi Dahlan

Alamat Penyunting dan Tata Usaha
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia
Jl. Tegalan No. 1E Palmeriam Jakarta Timur
Telp. 021-857 6647 Faks. 021-0857 6661
<http://www.stikomprosia.ac.id/>
E-mail : lppm@stikomprosia.ac.id

Jurnal Komunikasi STIKOM PROSIA diterbitkan sejak Tahun 2007 oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia.

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Naskah diketik di atas kertas HVS kuarto spasi ganda sepanjang lebih kurang 20 halaman, dengan format seperti tercantum pada halaman belakang ("Petunjuk bagi Calon Penulis Jurnal Komunikasi"). Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format, istilah dan tata cara lainnya.

Dicetak di Percetakan STIKOM PROSIA Press. Isi di luar tanggungjawab percetakan.

Jurnal Komunikasi

STIKOM PROSIA

Volume 12. Nomor 1. April 2017

DAFTAR ISI

TEKNIK PENULISAN NASKAH IKLAN SUKU BUNGA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK NASABAH EXPRESI BCA <i>Ade Leasfita, STIKOM Profesi Indonesia</i>	01- 08
POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS SIMPATISAN UNITED DALAM MEMBENTUK SOLIDARITAS KELOMPOK <i>Adevy Vanie, STIKOM Profesi Indonesia</i>	09-18
INTERAKSI SOSIAL KAUM GAY DALAM MEMBANGUN EKSISTENSI (STUDI TINDAKAN KOMUNIKASI HABERMAS) <i>Anggoro Santoso, STIKOM Profesi Indonesia</i>	19-24
TINJAUAN ESTETIKA "THE LIANG GIE" DALAM FILM A THOUSAND WORDS KARYA BRIAN ROBBINS <i>Bintang Nurijadi, STIKOM Profesi Indonesia</i>	25-34
STUDI FENOMENOLOGI "GAYA BAHASA" SISWA SMK PASAR MINGGU DI MEDIA SOSIAL "PATH" <i>Novida Irawan, STIKOM Profesi Indonesia</i>	35-44

TEKNIK PENULISAN NASKAH IKLAN SUKU BUNGA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK NASABAH EXPRESI BCA

Ade Leasfita¹

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia
leasfita.ade@stikomprosia.ac.id*

Abstrak

Tampilan iklan di media online senantiasa melibatkan tanda dan kode dan menjadi pencipta dunia imaji telah menjadi media yang ampuh bagi perusahaan dalam mempromosikan produk. Demikian juga hal yang dipegang oleh Bank BCA, sosok wanita cantik yang digunakan dalam iklan Tahapan Xpresi pun menjadi pesona tersendiri dalam menarik perhatian khalayak, atau menginterpretasikan maknanya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penerapan teknik penulisan naskah. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai implementasi teknik penulisan naskah iklan dalam meningkatkan daya tarik nasabah pada produk Tahapan Expresi BCA. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk memahami implementasi teknik penulisan naskah iklan dalam meningkatkan daya tarik nasabah pada produk Tahapan Expresi BCA. Dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktifis, dengan pendekatan kualitatif dan metode penelitian interpretif. Penelitian ini menemukan bahwa daya tarik memegang peranan penting dalam promosi, karena media massa mempunyai respon yang banyak dan sangat luas penyebarannya.

Kata kunci : Implementasi, Teknik Penulisan Naskah Iklan, Daya Tarik Nasabah

Abstract

The display of advertisements in online media always involves signs and codes and being the creator of the world of images has become a powerful medium for companies to promote products. Likewise the matter held by Bank BCA, the figure of a beautiful woman used in the Tahapan Xpresi advertisement becomes her own charm in attracting the attention of the audience, or interpreting its meaning. In this study researchers used the application of script writing techniques. This made the researchers interested in conducting research on the implementation of advertising script writing techniques in increasing the attractiveness of customers in the BCA Tahapan Expresi product. The objectives to be achieved by researchers are to understand the implementation of advertising script writing techniques in increasing the attractiveness of customers in the BCA Tahapan Expresi product. In this study using constructive paradigms, with qualitative approaches and interpretive research methods. This study found that attractiveness plays an important role in promotion, because the mass media has a lot of response and very wide spread.

Keywords: Implementation, Ad Script Writing Technique, Customer Attractiveness

PENDAHULUAN

Persaingan di dunia bisnis perbankan sekarang lagi gencar-gencarnya. Meningkatnya persaingan tersebut ditandai dengan banyaknya jumlah bank dan bervariasi

persaingan produk atau jasa yang ditawarkan, salah satunya adalah Bank Central Asia (BCA). Bank Central Asia sebagai salah satu bank kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan

prinsip “Selalu Berinovasi untuk Meningkatkan Kualitas Demi Kenyamanan dan Keamanan Nasabah Dalam Menikmati Layanan Perbankan”.

Fungsi dari bank sebagai lembaga keuangan adalah lembaga yang membantu melancarkan pertukaran barang-barang dan jasa-jasa dan menyalurkan tabungan investasi. Dengan maraknya persaingan tersebut, perusahaan perbankan harus menerapkan strategi dengan lebih baik apabila nasabah ingin tertarik memutuskan untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, maka perusahaan tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, maka perusahaan tersebut perlu melakukan strategi promosi melalui media periklanan sehingga nasabah tertarik untuk memutuskan menabung.

Iklan suatu bentuk komunikasi massa melalui berbagai media massa yang dibayar oleh perusahaan-perusahaan bisnis, organisasi non profit dan individu-individu yang teridentifikasi dalam pesan periklanan dengan maksud memberi informasi atau mempengaruhi pemirsa dan golongan tertentu bentuknya dapat berupa tulisan, gambar, film, ataupun gabungan dari keseluruhan unsur tersebut. Urat nadi kehidupan televisi (swasta) terletak pada iklan. Tanpa iklan, mustahil sebuah televisi mempertahankan eksistensinya. Bagi produsen iklan bukan hanya menjadi alat promosi barang maupun jasa, melainkan juga untuk menanamkan citra kepada konsumen maupun calon konsumen tentang produk yang ditawarkan. Iklan seringkali menggiring khalayak untuk percaya pada produk, sehingga mendorong calon konsumen untuk mengkonsumsi maupun mempertahankan loyalitas konsumen.

Iklan adalah: Segala bentuk

pesan tentang suatu produk dan jasa yang disampaikan lewat media dan dibiayai oleh perusahaan yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sedang pengaruh pesan ini berarti hal-hal yang diterjemahkan dalam bentuk gambar, rangkaian kata-kata jingle, maupun warna dengan tujuan membangkitkan kebutuhan konsumen dan menanamkan citra pada konsumen pemerkasanya adalah produsen sedangkan media adalah sarana yang digunakan yaitu media cetak dan media elektronik (Kasali, 1992:9).

Dalam hal ini media yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah media massa berbasis online yaitu internet yang dimana setiap harinya masyarakat mendapatkan informasi berbasis online.

Diantara sekian banyak Produk Tabungan di BCA, Produk Tahapan Xpresi dengan tema “Xpresikan Gayamu” yang akhirnya peneliti jadikan objek untuk diteliti. Dari berbagai iklan tabungan di BCA penulis memilih iklan tabungan tahapan Xpresi BCA, dalam iklan tersebut pemain menjelaskan beberapa promo dan manfaat dari tabungan Xpresi dengan gaya dan berbicara yang meyakinkan sehingga nasabah memahami jenis tabungan Xpresi tersebut. Iklan Tahapan Xpresi menjadi salah satu iklan yang memilih strategi beriklan secara halus dengan melibatkan pesan emosional. Dari promo dan jenis kartu yang ditunjukkan Tahapan

Xpresi hadir dengan wajah yang berbeda dan juga menggunakan pendekatan terhadap nasabah yang baru. Bank BCA ingin menunjukkan komitmennya yaitu untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk dan layanan demi kenyamanan dan keamanan nasabah. Selain komitmen tersebut bank BCA memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada nasabah/konsumen.

Dengan pendekatan jangka pendek memang tidak bisa langsung mempengaruhi konsumen, tetapi sangat baik untuk menanamkan citra atau image produk yang baik dan menarik dalam otak konsumen. Hal ini seiring dengan usaha penciptaan citra produk yang ingin disampaikan bahwa Tahapan Xpresisesuai dengan selogannya yaitu "Xpresikan Gayamu".

Tabungan tahapan Xpresi ini bisa dibilang tabungan yang simpel, karena tidak adanya buku tabungan yang diberikan oleh pihak bank. Jika nasabah ingin membuat tabungan ini dari pihak BCA nantinya akan diberikan fasilitas e-channel seperti Mobile Banking dan Internet Banking untuk melakukan transaksi perbankan, termasuk informasi saldo dan mutasi rekening. Hanya dengan membawa identitas diri seperti KTP Elektrik ditambah data pendukung yaitu SIM atau Passpor (bagi WNA) nasabah bisa membuka rekening Tahapan Xpresi, satu hal lagi yang unik dari tabungan Tahapan Xpresi ini adalah setoran awal hanya Rp. 50.000 dan kartu paspor (ATM BCA) ini bisa didesain menggunakan foto sendiri. Jadi, bagi nasabah yang narsis dan ingin punya kartu ATM yang berbeda dengan orang lain, nasabah bisa memanfaatkan fitur yang satu ini dan nasabah bisa mendapatkan kartu ATM tahapan Xpresi default yang tidak kalah menarik yang didesain oleh Bank BCA, tidak bedanya dengan ATM biasa, ATM Xpresi bisa juga digunakan untuk Debit dan transaksi lainnya.

Keberhasilan pemasaran suatu bank tidak hanya dinilai dari seberapa besar dana yang dapat dihimpun dari masyarakat, namun juga bagaimana cara mempertahankan dana tersebut. Produk yang tidak memenuhi harapan konsumen mengakibatkan konsumen merasa tidak puas dan sebaliknya bila melebihi harapan konsumen, konsumen akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang. Hal

ini jika dikaitkan dengan dunia perbankan, maka konsumen akan tetap menyimpan dananya pada suatu bank jika mereka merasa puas akan produk yang diberikan bank tersebut. Promosi juga sangat diperlukan oleh pihak bank agar masyarakat/konsumen dapat mengetahui tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki oleh bank.

Pada iklan Tahapan Xpresi ini, Bank BCA berusaha menunjukkan taktik yang berbeda dari Tahapan lain untuk merebut hati nasabah dengan menggunakan marketing mix melalui penawaran terbaik yang mereka berikan kepada nasabah seperti produk berupa layanan yang berkualitas, multi desain yang menarik, promo yang menguntungkan, serta komunikasi versi anak muda yang menciptakan awareness tentang semua keunggulan Tahapan Xpresi. Dalam iklan yang muncul berdurasi 1 menit 1 detik ini diperlihatkan sosok orang Desa yang datang ke suatu Mall menemui temannya yang orang Kota, mereka ingin menonton kemudian anak desa mengeluarkan Kartu ATM Xpresi dimana terdapat keunggulan jika menonton dengan menggunakan ATM Xpresi. Ada pula seorang wanita petugas kasir memberikan manfaat dan kemudahan jika menggunakan Tahapan Xpresi. Pelayanan yang maksimal inilah yang ingin ditunjukan oleh Bank BCA kepada nasabah melalui Tahapan Xpresi. Pesan yang ada dalam iklan tersebut mewakili bentuk pelayanan yang akan BCA berikan kepada nasabah, yang kemudian dikomunikasikan melalui media massa salah satunya adalah media sosial.

Iklan tersebut memiliki kelebihan unik dibandingkan dengan iklan di media cetak. Kelebihan iklan tersebut memungkinkan diterimanya tiga kekuatan generator makna sekaligus, yakni narasi, suara dan visual. Ketiganya kemudian membentuk

sebuah sistem pertandaan yang bekerja untuk mempengaruhi penontonnya. Dari ketiganya, iklan bekerja efektif karena menghadirkan pesan dalam bentuk verbal dan nonverbal sekaligus. Sebagai sistem pertandaan, maka iklan sekaligus menjadi sebuah bangunan representasi. Iklan tidak semata-mata merefleksikan realitas tentang manfaat produk yang ditawarkan, namun seringkali menjadi representasi gagasan yang terpendam di balik penciptanya. Persoalan representasi ini yang kemudian lebih menarik, karena di dalam iklan sebuah makna sosiokultural dikonstruksi.

Tampilan iklan di media online senantiasa melibatkan tanda dan kode. Setiap bagian iklan pun menjadi "tanda" atau signs, yang secara mendasar berarti iklan adalah sesuatu yang memproduksi makna. Tanda berfungsi mengartikan atau merepresentasikan (menggambarkan) serangkaian konsep, gagasan atau perasaan sedemikian rupa yang memungkinkan seorang penonton untuk men-decode. Iklan yang menjadi pencipta dunia imaji telah menjadi media yang ampuh bagi perusahaan dalam mempromosikan produk. Demikian juga hal yang dipegang oleh Bank BCA, dengan iklan yang ditayangkan oleh media online diharapkan visualisasi masyarakat tentang produk yang ditawarkan oleh Tahapan Xpresi akan mendukung pencitraan yang baik. Sosok wanita cantik yang digunakan dalam iklan Tahapan Xpresi pun menjadi pesona tersendiri dalam menarik perhatian khalayak, atau menginterpretasikan maknanya. Jika tanda adalah material atau tindakan yang menunjuk sesuatu, kode adalah sistem di mana tanda-tanda diorganisasikan dan menentukan bagaimana tanda dihubungkan dengan yang lain. Dalam iklan kode-kode yang secara jelas dapat dibaca adalah bahasa berupa narasi atau unsur tekstual, audio, dan audiovisual.

Dalam konteks "pembacaan" iklan, mempertalikan iklan dan semiotika nampaknya dapat menjadi satu bahan penelitian yang menarik. Sebagian tayangan iklan seringkali bukan menawarkan produk semata, tetapi juga melekatkan sistem keyakinan dan nilai tertentu. Iklan telah menjadi satu bagian kebudayaan populer yang memproduksi dan merepresentasikan nilai, keyakinan, dan bahkan ideologi. Menariknya, iklan kemudian tidak luput dari perannya sebagai arena komodifikasi, dimana pesan iklan bukan lagi sekadar menawarkan barang dan jasa, melainkan juga menjadi semacam alat untuk menanamkan makna simbolik.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penerapan teknik penulisan naskah yang memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam makna dan bahasa yang terkandung dalam iklan Tahapan Xpresi. Dalam video yang akan diteliti terdapat beberapa teks naskah yang mempunyai makna yang hampir sama dan untuk membuat penelitian ini lebih maksimal dan efisien.

Hal ini dianggap cukup menarik untuk di kaji sehingga penulis mengambil judul penelitian yaitu Penerapan Teknik Penulisan Naskah Iklan Suku Bunga Pada Produk Tahapan Xpresi BCADalam Meningkatkan Daya Tarik Nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan proses penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, curi dengar (*eavesdropping*), dokumentasi, serta studi literatur. Teknik analisis data dalam penelitian ini, rencana akan menggunakan model analisis Miles & Huberman yaitu analisis data, reduksi data, display data, kesimpulan (Sugiyono, 2008:341).

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Implementasi Teknik Penulisan Naskah Iklan

Tahapan Xpresi merupakan tabungan khusus buat kamu yang berjiwa muda, tahapan ini dilengkapi dengan fasilitas e-Banking untuk kemudahan transaksi dan gaya hidup kamu yang lebih praktis. Kini Tahapan Xpresi tampil dengan desain kartu yang beragam, khusus buat kamu yang kreatif, dinamis dan berkarakter. Kamu bisa memilih lebih dari 50 desain kartu untuk Xpresi diri yang unik dan berbeda.

Anak muda memang beda dan BCA sangat memahami kebutuhan perbankan yang penuh gaya. Tahapan Xpresi memberikan ruang aktifitas agar tetap bisa eksis.

Hidup semakin mudah dengan banyaknya inovasi dan beragam kemudahan yang ditawarkan, tak terkecuali di bidang perbankan. Karenanya, Bank BCA melalui produk Tahapan Xpresi kembali menggelar program Sejuta Xpresi, khusus bagi kamu-kamu yang mengaku berjiwa muda, kreatif, dinamis, dan berkarakter.

Dari hasil penjabaran wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Kepala Bagian *Customer Service Officer* dan *Customer Service Officer* BCA Cabang Ancol penulis dapat menyimpulkan bahwa ruang lingkup Periklanan yang ada di Bank BCA yaitu meliputi media massa dan media online.

Penghambat Penulisan Naskah Iklan

Melalui teknik observasi dan wawancara mendalam, sesuai dengan rumusan masalah yang telah disusun, penulis melakukan wawancara dan observasi mengenai hambatan yang dihadapi Karyawan BCA dalam menjalankan proses pembukaan Tahapan Xpresi. Data berupa hasil observasi serta informasi yang penulis peroleh dan wawancara dengan Ida

Amallia dan beberapa karyawan di BCA Cabang Ancol terangkum dalam uraian sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan Ibu Ida Amallia selaku Kepala Bagian *Customer Service Officer* mengatakan:

“Untuk proses pelaksanaan iklan Tahapan Xpresi memang terdapat hambatan beberapa diantaranya yaitu berupa pemakaian kata atau istilah yang dapat menimbulkan salah paham atau pengertian sehingga penyampaian pesan harus diatur begitu rupa sehingga dapat menumbuhkan perhatian dalam menyampaikan pesan untuk memenuhi kebutuhan meskipun diperankan oleh anak-anak muda untuk mengenal produk Tahapan Xpresi.

Beberapa faktor di atas yang membuat kurang maksimalnya proses pelaksanaan iklan Tahapan Xpresi yang diharapkan dapat memberikan yang terbaik bagi perusahaan juga yang terbaik bagi nasabah, kini sedikit terganggu dengan adanya kendala tersebut.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan Iklan Tahapan Xpresi dalam menjalankan daya tarik nasabah tidak hanya berasal dari dalam saja, melainkan dari luar yang merupakan faktor eksternal yang dapat mengganggu pelaksanaan daya tarik pelayanan di BCA.

Selain hambatan yang berasal dari faktor internal juga ditemukan sejumlah hambatan yang berasal dari faktor eksternal perusahaan, yang juga membutuhkan perhatian untuk segera ditangani sebelum bertambah parah dan memicu timbulnya hambatan baru. Dibawah ini adalah hambatan yang berasal dari faktor eksternal:

(1) Nasabah yang belum banyak mengetahui tabungan Tahapan Xpresi sehingga bingung bagaimana bertransaksi menggunakan kartu Xpresi. (2) Nasabah masih ragu manfaat dan promo dari kartu Xpresi. (3) Nasabah harus kembali lagi ke

cabang jika bermasalah dengan kartu Xpresi mereka, padahal untuk pergantian kartu bisa dilakukan di Cabang mana saja.

Hasil penelitian yang penulis lakukan dengan melakukan wawancara dengan salah satu nasabah mengenai Tabungan Xpresi, yaitu Bapak Fauzi yang mengatakan bahwa:

“Tahapan Xpresi ini memang sangat terjangkau khususnya bagi anak muda yang tidak ingin repot harus membawa buku tabungan setiap melakukan transaksi di Cabang, dengan biaya administrasi yang murah tiap bulan dan banyak promo dan hadiah menarik yang dicari oleh nasabah. Awalnya saya membuka website BCA mencari tahu tentang Tabungan di BCA, dari situ saya mengetahui bahwa di BCA terdapat tabungan dengan biaya admin murah serta jenis kartu yang beragam sehingga nasabah puas memilih kartu yang diinginkan, saya bangga memiliki kartu Xpresi tersebut jika saya melakukan penarikan banyak yang menanyakan bahwa ATM yang saya miliki hanya ATM mainan kemudian saya meyakini bahwa ATM tersebut adalah ATM Xpresi BCA”.

Dari pernyataan Bapak Fauzi sudah jelas mengenai tabungan Tahapan Xpresi, kemudian bagaimana cara *Customer Service Officer* untuk terus meyakinkan nasabah tentang produk tabungan Tahapan Xpresi. Menurut ibu Agnes, salah satu *Customer Service Officer* Cabang Ancol upaya meyakinkan nasabah.

“Jika memang nasabah belum mengetahui produk Tahapan Xpresi CSO memberikan penjelasan manfaat dari produk tersebut mulai dari admin yang murah, saldo rata-rata dan berbagai promo serta hadiah tumbler XpresiBCA dan diberi penjelasan dari awal untuk produk Tahapan Xpresi tidak menggunakan buku tabungan tetapi nasabah tidak perlu khawatir awal pembukaan rekening nasabah sudah

didaftarkan nomor telepon untuk memudahkan transaksi melalui m-banking serta fasilitas e-channel lainnya di Cabang mana saja”.

Untuk saat ini produk Tahapan Xpresi paling diunggulkan oleh BCA karena biaya admin yang minim dan setoran hanya Rp. 50.000 nasabah bisa mendapatkan promo serta hadiah yang menarik dan bisa bergabung dalam forum XpresiBCA dalam akun facebook, twitter atau media online lainnya. Tabungan Xpresi merupakan produk lama di BCA tetapi masih banyak nasabah yang belum mengetahui, disini tugas *Customer Service Officer* dan Kantor Pusat melakukan edukasi dengan memberikan penjelasan dengan nasabah baik berupa brosur, iklan di media massa atau melalui event kampus yang telah bekerja sama dengan BCA, contohnya LIMA (LIGA MAHASISWA) yang belum lama diselenggarakan di Kampus Universitas Bunda Mulia dengan minat mahasiswa yang banyak.

Berbagai cara yang dilakukan BCA untuk lebih meningkatkan kualitas layanan dan produk tabungan kepada nasabah demi memaksimalkan kualitas kerja untuk tujuan bersama yaitu mewujudkan pelayanan yang prima dan memberikan kepuasan bagi nasabah.

Pembahasan

Keberhasilan iklan ditentukan judul, karena berfungsi untuk menarik perhatian, maka judul sebuah iklan harus dipilih dan dirancang dari kata atau kalimat yang benar-benar mampu menarik perhatian *audiens*. Daya Tarik dalam sebuah penulisan iklan yang dipakai dalam Tahapan Xpresi ini bersifat “Daya Tarik Emosional dan Daya Tarik Lainnya” yang menekankan pada pemenuhan kebutuhan konsumen terhadap aspek praktis, fungsional, dan kegunaan suatu produk dan juga menekankan pada atribut yang dimiliki suatu produk dan atau manfaat atau

alasan memiliki atau menggunakan merek produk tertentu.

Penulis menyimpulkan bahwa proses penulisan naskah iklan berperan dalam meningkatkan daya tarik diperusahaan BCA khususnya cabang Ancol, hal ini terbukti ketika nasabah yang datang ingin membuka rekening mereka sudah mengerti bahkan mencari tabungan dari Tahapan Xpresi yang kemudian dijelaskan kembali mengenai produk Tahapan Xpresi oleh *Customer Service Officer* dalam proses pembukaan rekeningnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari Berdasarkan uraian dari BAB I sampai dengan BAB V, penulis menyimpulkan penelitian ini,

Pertama, meningkatkan jumlah nasabah bahwa tujuan kegiatan promosi yang dilakukan PT Bank Central Asia adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah melalui produk Tahapan Xpresi.

Kedua, mempertahankan nasabah dan menarik nasabah baru. Untuk mengembangkan suatu perusahaan, maka harus ada upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi penjualannya.

Ketiga, daya tarik nasabah BCA melalui iklan media massa. Daya Tarik ini memegang peranan penting dalam promosi, karena media massa mempunyai respon yang banyak dan sangat luas penyebarannya.

Saran

Ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan, antara lain adalah:

Pertama, menambahkan iklan Tahapan Xpresi dalam bentuk *billboard* atau poster yang besar yang unik dan berwarna akan lebih menarik perhatian masyarakat.

Kedua, perbanyak acara event

edukasi mengenai produk Tahapan Xpresi karena minatnya yang banyak dan terkadang nasabah malas meluangkan waktu ke Bank hanya untuk membuka rekening Tahapan Xpresi.

Ketiga, dalam proses pembuatan iklan sebaiknya menampilkan sosok karyawan BCA atau Customer Service Officer untuk menjelaskan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Lukiati, dan Siti, 2015. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan, 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied, 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Garfinfo Persada.
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2009. Jakarta: Gaung Persada
- Kusumaningrat, Hikmat, dan Purnama, 2007. *Jurnalistik, Teori & Praktik*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong J Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2007. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ngalimun. *Ilmu Komunikasi sebuah pengantar praktis*, 2017. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- McQuail, Dennis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory 5th Edition*. London: Sage Publication.
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Mulyana, Deddy, 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nugraha, Pepih, 2012. *Citizen*

- Journalism*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Nuridin, 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafinfo Persada.
- Saeful, Asep Muhtadi, 2016. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Severin, Tankard, 2011. *Teori Komunikasi, Sejarah, metode & Terapan, edisi ke 3*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sobur, A, 2001. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis, Wacana Analisis Simiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suhandang, Kustadi, 2004. *Pengantar Jurnalistik, Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Sumadiri, Haris, 2016. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori & Praktik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media Group
- Jurnal:**
- Hatika, Mutiara, (2018), "Strategi Pemberitaan (Lkbn) Antara Biro Riau Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online", e-journal Fisip-Universitas Riau Pekanbaru, Vol. 5, No.1, e-ISSN 0000-0000.
- Adhianto, D, S, Utari, P, Slamet, Y, (2017), "Pemberitaan Hoax di Media Online Ditinjau dari Konstruksi Berita dan Respon Netizen", e-journal Fisip- Universitas Sebelas Maret Surakarta, Vol.15, e-ISSN 0000-0000.

POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS SIMPATISAN UNITED DALAM MEMBENTUK SOLIDARITAS KELOMPOK

Adevy Vanie¹

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia, Jakarta Timur*
vanie.adevy@stikomprosia.ac.id

Abstrak

Komunitas adalah satu wadah bagi komunitas untuk minat hobi dan berbagi informasi. Di komunitas semua anggota dapat menyampaikan aspirasi, dan berinteraksi untuk meningkatkan, keberadaan solidaritas antara anggota, dan keterpaduan kelompok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis interaksi komunikasi, aliran komunikasi, serta jaringan komunikasi yang dilakukan komunitas Simpatisan *United* dalam membentuk solidaritas kelompok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dan dengan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan observasi. Data kemudian diproses menjadi tereduksi, dengan demikian, diatur untuk mendapatkan kesimpulan umum. Hasil penelitian yang diperoleh alur komunikasi komunitas Simpatisan *United* membentuk komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah di mana komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah berlangsung, bertemu, dan berkomunikasi tatap muka, sedangkan jaringan komunikasi Simpatisan *United* adalah pola komunikasi berbentuk semua saluran, yang merupakan pertemuan tatap muka atau berkomunikasi langsung semua anggota bebas untuk berkomunikasi dengan siapa pun karena mereka merasa nyaman dan cocok untuk berkomunikasi satu sama lain. Dengan pola komunikasi seperti Simpatisan *United* dapat dalam membentuk solidaritas kelompok dan membuat komunitas ini bertahan hingga saat ini.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Kelompok Solidaritas, Komunitas

Abstract

Community is a forum for the community for hobbies and information sharing. Among all members who can talk about aspirations, and support to improve, discuss about solidarity between members, and group integration. The purpose of this study was to study the analysis of communication, communication flow, and communication carried out by the United Sympathetic community in forming group solidarity. This research uses descriptive qualitative, and with interview data collection techniques, documentation and observation. Data is then processed to be reduced, thus, arranged to get general conclusions. Research results obtained by the community communication channel United Sympathizers form one-way communication and two-way communication in which one-way communication and two-way communication are ongoing, meeting and communicating face-to-face, while United Sympathizers communication networks face to face or communicate directly with all members to communicate with anyone because they are comfortable and suitable to communicate with each other. With patterns of communication such as sympathizers, United can create group solidarity and make this community last until today.

Keywords: Patterns Of Communications, Solidarity Group, Community

PENDAHULUAN

Pertandingan sepakbola tentu tidak terlepas dari adanya suporter dengan berbagai keunikannya, suporter juga berperan sebagai pendongkrak semangat tim yang bertanding. Suporter adalah sebuah elemen penting dalam sepak bola dapat menjadi pemain ke duabelas karena semangat yang diberikannya, menjadi simbol kebanggaan tim karena kreatifitas dan loyalitasnya, menjadi spirit kemenangan dan kejayaan tim saat semua potensi tercurahkan untuk kesebelasan tersebut. Kelompok-kelompok suporter telah terbentuk di berbagai negara, bahkan setiap klub di dunia pasti memiliki kelompok suporternya sendiri seperti: Arsenal yang menamakan kelompok suporternya *The Gunners*. Begitu pun dengan Manchester United yang tak mau kalah dengan membuat sebuah komunitas penggemar / perkumpulan pengagum (*fans club*) berada di Jakarta bernama Simpatisan United.

Pada dasarnya setiap kelompok *fans club*, merupakan kumpulan orang-orang yang memiliki kesamaan minat, hobi, kesukaan pada sebuah klub. Hal itu pun yang terjadi dalam kelompok *fans club* ini. Di namakan dengan awalan kata Simpatisan, karena itu adalah konsep pokok atau pedoman yang di pegang. Simpatisan berasal dari kata simpati yang berarti rasa setuju atau ikut serta. Berawal dari kata dan arti tersebut, Simpatisan *United* berarti sebuah kelompok yang berisikan para pecinta Manchester *United* yang siapapun boleh bergabung tanpa pandang suku, ras, golongan, jenis kelamin maupun strata sosial. Melalui komunikasi akan terjadi interaksi yang dapat menyamakan persepsi, sehingga terbangun suatu solidaritas atau kesatuan kepentingan, simpati dan lain-lain. Melalui pola komunikasi dapat terlihat bagaimana Komunitas mempertahankan solidaritas kelompok.

Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan

dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut Syaipul Bahri Djamarah, (2004:1). Dimensi pola komunikasi terdiri dari dua macam, yaitu pola yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi pada sosial yang mempunyai hubungan yang berlainan (Sunarto,2006:1).

Solidaritas komunitas simpatisan *united*, terbentuk dari berbagai kegiatan yang komunitas lakukan baik itu kegiatan internal komunitas maupun kegiatan eksternal komunitas, kegiatan internal, seperti: rapat rutin, nobar (Nonton Bareng), kopdar (Kopi Darat), futsal, dan Gathering sedangkan kegiatan eksternal komunitas seperti: GatNas (Gathering Nasional), Fun Futsal dan Social Event.

Solidaritas adalah rasa kebersamaan, kekompakan, dan kesatuan dalam suatu kelompok untuk mencapai tujuan dan keinginan yang sama. Solidaritas antara sesama anggota dalam komunitas simpatisan *united* sangat diperlukan, hal tersebut bertujuan untuk menunjang keberlangsungan komunitas. Jika komunitas tidak solid maka komunitas simpatisan *united* di khawatirkan akan sama keberadaannya dengan komunitas-komunitas lain muncul sesaat, karena mengikuti arus trend, yang tidak memiliki arah kegiatan berkelanjutan, serta tidak memiliki rasa saling memiliki antar sesama anggota.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti ingin memahami yang terjadi dalam interaksi komunitas simpatisan *united*, peneliti tertarik untuk meneliti Pola Komunikasi Komunitas Simpatisan *United* Dalam Membentuk Solidaritas Kelompok. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana analisis interaksi komunikasi, arus komunikasi, dan jaringan komunikasi yang di lakukan komunitas Simpatisan *United*

dalam membentuk solidaritas kelompoknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif, yaitu usaha untuk mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data yang ada dan menganalisa objek yang akan diteliti dengan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Peneliti berupaya mendeskripsikan pola komunikasi komunitas Simpatisan *United* dalam membentuk solidaritas kelompok. Melalui pendekatan kualitatif, tujuan penelitian pada intinya bertumpu pada usaha untuk mengamati, mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data mengenai pola komunikasi komunitas Simpatisan *United* dalam membentuk solidaritas kelompok.

Para *informant* ini adalah pengurus komunitas dan beberapa orang anggota komunitas. Hal ini perlu diperhatikan supaya peneliti mendapat gambaran jelas mengenai pola komunikasi Simpatisan *United* dalam membentuk solidaritas kelompok. Data-data yang diperoleh dari pengurus komunitas, dan beberapa anggota di fokuskan kepada pola komunikasi komunitas dalam membentuk solidaritas kelompok. Dalam upaya pengumpulan data yang relevan dengan objek penelitian, peneliti menggunakan beberapa metode, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data yang dilakukan agar dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah sekaligus mempermudah penyusunan penelitian tersebut.

Proses analisis dapat dilakukan semenjak data dikumpulkan. Pengolahan dan analisa data ini dilakukan dengan tetap mengacu pada teori-teori yang berhubungan dengan masalah dan kemudian akan ditarik kesimpulan dan disertai dengan saran-

saran yang dianggap perlu. Data yang diperoleh akan dikumpulkan, dikategorikan dan disesuaikan polanya terhadap permasalahan yang ada, data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk uraian deskripsi yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan secara langsung di lapangan mengenai pola komunikasi komunitas Simpatisan *United* dalam membentuk solidaritas kelompok. Peneliti akan membahas baik itu analisis interaksi komunikasi, arus komunikasi, dan jaringan komunikasi yang dilakukan komunitas tersebut.

Analisis interaksi yang dilakukan Komunitas Simpatisan *United* Dalam Membentuk Solidaritas Kelompok

Suatu kelompok dapat membentuk dan mempertahankan solidaritas kelompok dengan cara selalu mempertahankan komunikasi yang baik diantara pengurus, pengurus dengan anggota, dan sesama anggota sangat penting bagi keberlangsungan kelompok dan organisasi informal. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan anggota komunitas Simpatisan *United* melakukan pertemuan dan komunikasi untuk hal-hal berikut:

1. Intensitas Komunikasi

Komunikasi yang baik salah satu syarat dalam komunitas untuk membentuk solidaritas kelompok. Dalam proses pengiriman pesan dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih komunikasi merupakan salah satu kunci untuk menyampaikan pesan tersebut sehingga pesan yg dimaksud dapat dipahami. Jika seseorang berbicara sedangkan lawan bicaranya tidak mengerti, atau sebaliknya, maka komunikasi belum terjadi. Lamanya komunikasi atau interaksi (komunikasi

intens terus menerus) antar anggota merupakan salah satu faktor pendukung dalam suatu komunitas. Lamanya proses komunikasi juga sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu kelompok. Oleh karena itu semakin sering suatu individu dalam kelompok melakukan komunikasi, maka akan semakin erat hubungan antar anggota yang tercipta dan semakin kuat atau solid kelompok tersebut.

Lamanya komunikasi atau interaksi (komunikasi terus menerus/intensitas komunikasi) yang terjadi antar individu di dalam komunitas sangat mendukung terbentuknya kebersamaan, dan kekuatan antar anggota dalam suatu komunitas, hal ini sangat penting untuk dijaga demi keberlangsungan komunitas itu sendiri. Komunitas komunitas Simpatisan *United* sering berkomunikasi secara langsung (tatap muka) pada suatu kegiatan yang mereka adakan, yaitu kopi darat yang harus mewajibkan para anggota untuk hadir. Ada juga pada kegiatan lainnya, selain itu para anggota komunitas juga berkomunikasi melalui beberapa media seperti whatsapp group, facebook, twitter dan instagram. Setiap anggota yang bergabung dalam Komunitas Simpatisan *United* mempunyai motivasi tersendiri. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapat di lapangan, setiap *informant* memiliki motivasi yang berbeda untuk bergabung dengan komunitas Simpatisan *United*. Motivasi untuk berbagi informasi, memiliki lebih banyak teman dan menambah relasi merupakan motivasi Gendrio Pratama dan Indra Bani Musha untuk melakukan komunikasi dengan anggota lainnya.

B. Tujuan berkomunikasi atau kepada siapa berkomunikasi

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain, komunikasi adalah proses

membuat pesan yang setara bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menerjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

Salah satu tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Katz an Robert Kahn yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu sistem sosial atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya (Rosadi Ruslan 2003:83).

Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan. Dalam suatu komunitas tentunya setiap individu dapat saling berkomunikasi dan mengenal antara satu sama lainnya.

2. Kegiatan Rutin Kelompok

Ada kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk membentuk solidaritas kelompok pada komunitas simpatisan *United* yaitu:

- a. Fun Futsal

Peneliti menemukan bahwa pada pelaksanaan kegiatan fun futsal ini terbuka, yang terpenting pada saat kegiatan fun futsal peserta memakai *dress code* MU dan membayar iuran sewa lapangan. Iuran biasanya tidak lebih dari sepuluh ribu untuk durasi dua jam pertandingan.

Dalam pelaksanaannya dapat disesuaikan dengan dilihat berapa peserta yang ikut bermain setiap peserta dapat bertanding. Biasanya lebih dari 3 kali dengan durasi sekali bermain kurang lebih 15 menit. Namun durasi tersebut tergantung juga kepada kondisi fisik pada peserta. Apabila peserta sudah merasa lelah maka peserta dapat langsung ganti dengan peserta yang lain.

b. Nobar (nonton bareng)

Nonton bareng merupakan sebuah kegiatan menonton sesuatu secara bersama – sama di lokasi dan waktu tertentu. Dalam hal ini yang dimaksud nobar (nonton bareng) adalah menonton pertandingan sepak bola khususnya pertandingan MU secara bersama – sama di lokasi dan tempat yang sudah disepakati. Nonton bareng merupakan kegiatan yang rutin diadakan di setiap MU bertanding. Untuk informasi jadwal pertandingan biasanya pengurus akan memberikan informasi melalui media sosial Manchester United di Jakarta seperti : twitter, facebook, whatsapp dan media online lainnya.

Kegiatan nobar (nonton bareng) MU ini biasanya diadakan di beberapa wilayah Jakarta. Para Simpatisan kelompok Fans Club Manchester United di Jakarta yang ikut nobar (nonton bareng) selalu memakai jaket MU yang menjadi identitas dari pendukung MU . Dalam kegiatan nobar (nonton bareng) biasanya para pengurus Fans Club Manchester United Jakarta membagikan stiker sebagai souvenir yang bertujuan untuk lebih mengenalkan keberadaan Fans Club Manchester United Jakarta di mata masyarakat luas.

c. Gathering Nasional

Gathering merupakan sebuah kegiatan kelompok yang dirancang untuk berkumpul bersama dalam satu waktu tertentu dalam satu lokasi baik di dalam ruangan (indoor) ataupun di luar ruangan (outdoor). Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat kekerabatan, kekeluargaan serta tali silaturahmi antar pengurus dan seluruh anggota kelompok Fans Club Manchester United Jakarta. Sedangkan Gathering Nasional merupakan kegiatan yang dirancang untuk berkumpul bersama di satu chapter wilayah tertentu, Seperti beberapa waktu lalu tuan rumahnya merupakan Bogor sehingga Gatnas diadakan di daerah Bogor, chapter-chapter dari beberapa wilayah seperti Tangerang, Bekasi, Kendari, Cilegon, Bandung dan beberapa wilayah lainnya kumpul di Bogor untuk Gatnas.

d. Charity

Kegiatan ini bertujuan untuk berbakti dan membantu masyarakat yang membutuhkan, khususnya di wilayah kota tangerang dan sekitarnya. Bentuk kegiatan ini biasanya dengan memberikan sumbangan material maupun tenaga, seperti ikut serta dalam berbagai kegiatan bersih-bersih, pembagian sembako, dan donor darah. Kegiatan tersebut terselenggarakan sebagai bagian dari kegiatan *social activity* Simpatisan *United* Jakarta. Seperti halnya yang baru dilakukan oleh Simpatisan *United* yang melakukan kegiatan sosial di panti asuhan.

Peneliti dapat menemukan bahwa sumber dana kegiatan charity Simpatisan *United* diperoleh dari iuran anggota kelompok Simpatisan *United* sendiri dan program *one gol one thousand* pada saat kegiatan nonton bareng. *One gol one thousand* adalah kesepakatan dimana saat berlangsungnya kegiatan nobar (nonton bareng), apabila MU mencetak gol maka satu gol yang di cetak oleh MU mewajibkan para anggota kelompok Simpatisan *United* untuk

mengumpulkan uang sebesar seribu rupiah. Kemudian diakhir pertandingan, uang yang terkumpul akan dimasukkan ke dalam uang sumbangan. Ini adalah sebuah wujud syukur dan rasa berbagi dari anggota Simpatisan *United* tangerang atas kemenangan yang di dapat untuk disumbangkan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Arus Komunikasi yang dilakukan Komunitas Simpatisan *United* Dalam Membentuk Solidaritas Kelompok

Arus komunikasi simpatisan *united* dalam Membentuk solidaritas kelompok menggunakan komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah. Komunikasi satu arah adalah Pesan disampaikan oleh sumber kepada sasaran dan sasaran tidak dapat atau tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan umpan balik atau bertanya. Komunikasi satu arah bisa dikatakan sebagai komunikasi yang tidak memberi kesempatan kepada pendengar untuk memberikan tanggapan atau sanggahan.

Komunikasi sebagai tindakan satu arah adalah suatu perspektif atau pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah suatu komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (bisa juga sebuah lembaga) kepada seseorang atau sekelompok orang. Komunikasi dianggap suatu proses linear yang di mulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

Komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang berlangsung antara dua pihak dan ada hubungan timbal balik baik dari komunikator maupun komunikan. Komunikasi dua arah dapat terjadi secara vertical, horizontal, dan diagonal.

Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang alirannya berlangsung dari atas kebawah atau sebaliknya. Dalam komunitas simpatisan *united*

komunikasi vertical terjadi antara ketua, pengurus, hingga anggota. Sebagai contoh komunikasi yang berlangsung antara pengurus dengan para anggota di sebuah pertemuan ataupun suatu kegiatan seperti ketika komunitas sedang melakukan komunikasi tatap muka (komunikasi langsung) di kopdar dan nobar. Pada saat berkomunikasi secara tatap muka para anggota bebas menyampaikan ide dan gagasan masing-masing yang bermanfaat bagi komunitas. Dengan adanya kebebasan tersebut membuat para anggota merasa nyaman berada dalam komunitas karena mereka merasa dihargai, dan dari hal-hal seperti inilah maka akan terbangun rasa kebersamaan yang membuat komunitas semakin kuat dan kohesiv.

Komunikasi horizontal berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang mempunyai tingkat, kedudukan, dan wewenang yang sama. Contoh dalam komunitas ini adalah komunikasi antara ketua dan para pengurus lainnya, dan juga antara anggota dan anggota baik itu ketika mereka berkumpul maupun diluar kegiatan, bisa itu berupa komunikasi secara tatap muka maupun komunikasi melalui media seperti whatsapp group, twitter, facebook, dan instagram.

Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang tingkat kedudukan serta wewenangnya berbeda. Contoh dalam komunitas ini adalah komunikasi antara pengurus dengan korwil komunitas, komunikasi ini biasanya sering terjadi disaat humas menyampaikan pesan yang berupa himbauan untuk mengumpulkan para anggota untuk dapat menghadiri suatu acara/kegiatan formal maupun informal komunitas.

Dengan adanya komunikasi dua arah di dalam komunitas memberikan keuntungan tersendiri bagi komunitas yang mana dengan adanya dialog antara komunikator dengan komunikan dapat menimbulkan kepuasan di antara

kedua belah pihak, informasi yang diterima menjadi lebih jelas, lebih akurat dan lebih tepat, karena dapat diperoleh langsung penjelasannya.

Benang Merah Komunikasi Pengurus dan Anggota dengan Pola Komunikasi yang Terbangun

Berbagai macam kegiatan komunitas Simpatisan *United* merupakan instrumen dari tujuan kelompok untuk meningkatkan kohesifitas yang tinggi di dalam kelompok. Kohesifitas yang tinggi berdampak positif bagi Kelompok Simpatisan *United* hal ini dapat dilihat dari keakraban, sense of belonging, loyalitas, dan solidaritas anggota kelompok yang berguna untuk meningkatkan eksistensi kelompok.

Latar belakang proses bergabungnya para anggota terdapat beberapa latar belakang antara lain yang pertama adalah faktor ketertarikan kepada olahraga sepakbola yang telah mendunia sejak lama, kemudian yang kedua adalah kecintaan yang sama terhadap suatu klub sepakbola yaitu MU. Berawal dari latar belakang tersebut inilah yang menjadikan *informant* bergabung menjadi anggota Komunitas Simpatisan *United*. Berdasarkan hasil penelitian, pengurus Komunitas Simpatisan *United* lebih banyak berperan sebagai komunikator. Sedangkan anggota kelompok lebih banyak berperan sebagai komunikan.

Dengan adanya berbagai kegiatan yang telah dilakukan oleh komunitas Simpatisan *United* peneliti juga berhasil menemukan adanya kohesifitas kelompok yang terbangun di dalamnya. Kohesifitas tersebut meliputi sense of belonging (rasa memiliki), loyalitas serta solidaritas antar anggota. Dari kohesifitas tersebut kemudian akan menimbulkan suatu manfaat positif bagi komunitas Simpatisan *United*, dimana keberadaan atau eksistensi kelompok akan terjaga dengan baik serta mendapatkan persepsi positif dimata masyarakat.

Manfaat positif inilah yang merupakan sebuah prestasi (output) dari suatu kelompok, atau dalam hal ini komunitas Simpatisan *United*. Seluruh proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seluruh pengurus dan anggota Simpatisan *United* ini terjadi secara berulang terus-menerus sehingga membentuk perilaku komunikasi yang khas yang kemudian membentuk apa yang dinamakan Pola Komunikasi Simpatisan *United*.

Jaringan komunikasi Komunitas Simpatisan *United* Dalam Membentuk Solidaritas Kelompok

Jaringan komunikasi adalah penggambaran "how say to whom"(siapa berbicara kepada siapa) dalam suatu sistem sosial. jaringan komunikasi juga diartikan sebagai pertukaran informasi yang terjadi secara teratur antara dua orang atau lebih. Arti lain dari jaringan komunikasi adalah suatu jaringan yang terdiri dari individu-individu yang saling berhubungan, yang di hubungkan oleh arus komunikasi yang terpola.

Jaringan dalam kelompok dan organisasi dapat mengatur arus informasi, menyatukan orang-orang dengan minat yang sama, membentuk penafsiran yang sama, meningkatkan pengaruh sosial, dan memungkinkan adanya pertukaran sumber daya. Dalam suatu kelompok dan organisasi seorang individu menciptakan dan saling tukar menukar pesan dengan individu lain, hal ini berjalan terus-menerus dan tidak ada hentinya maka hal ini disebut sebagai proses.

Dalam komunitas Laskar Sepeda Tua Pekanbaru jaringan komunikasi sangat berpengaruh besar dalam mempertahankan solidaritas kelompok karena dengan adanya jaringan komunikasi yang terpola membuat para anggota merasa nyaman berada di dalam komunitas, adapun jaringan komunikasi komunitas dapat kita lihat dari beberapa hal sebagai berikut:

A. Kebebasan Berkomunikasi

Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan di lapangan simpatisan *united* melakukan komunikasi semua saluran (*All Channel*), di dalam komunitas. Komunikasi semua saluran (*All Channel*) dalam komunitas simpatisan *united* dalam Membentuk solidaritas kelompok terjadi ketika ketua, pengurus dan para anggota lainnya dapat saling berkomunikasi satu sama lain ketika berkomunikasi secara tatap muka pada sebuah pertemuan atau di saat komunitas sedang bersepeda bersama ataupun sedang mengadakan kegiatan lainnya, sehingga terjadi pertukaran informasi di antara anggota dan memungkinkan partisipasi anggota secara umum yang membuat para anggota memiliki rasa kekeluargaan yang kuat antar sesama. dan membuat komunitas tetap bertahan sampai saat ini.

Dengan adanya kebebasan dalam berkomunikasi didalam komunitas simpatisan *united* membuat setiap anggota bebas menyampaikan aspirasi, saran, dan masukan untuk komunitas dan untuk bersama-sama hal ini bertujuan untuk menjalin solidaritas didalam komunitas, sehingga menjadikan komunitas semakin kuat dan kompak.

B. Langkah-langkah yang di lakukan Komunitas Simpatisan *United* Dalam Membentuk Solidaritas Kelompok

Untuk menunjukkan eksistensi komunitas kepada lingkungan masyarakat, dan untuk membentuk solidaritas antar anggota komunitas, Peran komunikasi seorang pemimpin dalam mempertahankan hubungan timbal balik antar anggota dan kebersamaan antar anggota dalam komunitas sangat diperlukan. Semakin sering komunitas bertemu dan berkumpul maka akan terbangunlah interaksi yang berkesinambungan diantara sesama anggota sehingga terbangunlah rasa kebersamaan dan

rasa kekeluargaan diantara anggota yang akan membuat setiap anggota memiliki ikatan yang kuat dengan anggota lainnya.

Oleh karena itu, dalam perkembangan suatu komunitas diperlukan peran komunikasi pemimpin untuk menjaga hubungan baik antar anggota. Semakin baik komunikasi seorang pemimpin dalam kelompok maka akan terjalinlah hubungan timbal balik yang baik antar anggota. Keefektifan komunikasi ditentukan oleh komunikasi yang terjalin didalam kelompok, kelompok yang kuat akan tercermin dari bagaimana mereka mempertahankan kebersamaan, kepedulian (solidaritas) antar sesama. Jika kebersamaan dan kepedulian suatu kelompok tidak ada maka kelompok tersebut akan hilang bak ditelan bumi, yang mana kelompok itu hanya mengikuti arus trend yang terjadi saat itu.

Untuk mempertahankan solidaritas kelompok komunitas sering mengadakan berbagai kegiatan baik itu kegiatan sosial maupun kegiatan sekedar mempererat hubungan antar sesama anggota, adapun kegiatan sosial yang sering diadakan komunitas adalah kegiatan kunjungan ke panti asuhan, membantu korban bencana alam dan beberapa social event lainnya. Sedangkan kegiatan lainnya adalah nobar, kopdar, gathering, gatnas dan lain sebagainya, dengan adanya kegiatan diatas membuat komunitas bisa selalu bersama-sama baik itu dalam mencapai tujuan maupun bersama-sama dalam membangun kekompakan diantara anggota sehingga komunitas semakin kuat (solid).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti secara wawancara, observasi, dan keikutsertaan, maka dapat disimpulkan Pola Komunikasi Komunitas Simpatisan *United* Dalam

Membentuk Solidaritas Kelompok dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Analisis interaksi komunikasi Komunitas Simpatisan *United* berbentuk komunikasi intens terus menerus/intensitas komunikasi langsung secara terus menerus antar anggota membuat para anggota memiliki rasa kekeluargaan yang kuat sehingga komunitas bisa Membentuk Solidaritas anggota Kelompok.
2. Komunikasi satu arah komunitas Komunitas Simpatisan *United* dalam penyampaian pesan memiliki pola dari pemimpin ke pengurus ke korwil, dan selanjutnya korwil akan menyampaikan kepada anggota, dengan adanya jenjang komunikasi seperti ini membuat pesan yang disampaikan dari pemimpin kepada anggota dapat berjalan dengan baik dan tepat sasaran. Selain itu hirarki komunikasi komunitas Komunitas Simpatisan *United* juga memakai skema komunikasi dua arah yaitu komunikasi vertikal, diagonal, dan horizontal skema ini memungkinkan setiap anggota memiliki wewenang yang sama dalam hal berkomunikasi walaupun memiliki struktur dan tingkatan dalam organisasi, namun dalam hal berkomunikasi semua anggota dapat saling berkomunikasi dengan siapa saja selama ada rasa saling ketertarikan antara satu sama lain, dan ada rasa saling menghormati dan menghargai antar anggota.
3. Jaringan komunikasi komunitas Komunitas Simpatisan *United* berbentuk Skema semua saluran (all channel) dimana setiap anggota dapat saling berkomunikasi dengan pengurus lainnya dalam sebuah pertemuan maupun di luar kegiatan komunitas, dengan adanya pola seperti ini memungkinkan partisipasi anggota secara umum sehingga rasa kekeluargaan diantara sesama anggota dapat selalu terjalin. Hubungan timbal

balik dan peran pemimpin sangat menentukan dalam membangun solidaritas dan kohesivitas kelompok sehingga para anggota memiliki keterikatan satu sama lain. Komunikasi Komunitas Simpatisan *United* terjadi dalam berbagai bentuk kegiatan formal, maupun kegiatan informal, pertemuan-pertemuan dalam bentuk undangan dari pihak lain, maupun hanya sekedar bersepeda, berkumpul dan berbagi informasi. Dari intensitas pertemuan dan komunikasi yang dilakukan melalui kegiatan rutin yang sering diadakan tersebut, maka terbangun rasa solidaritas antar anggota kelompok. Sehingga komunitas dapat mempertahankan solidaritas kelompok dan membuat kelompok ini solid dan tetap bertahan hingga saat ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan peneliti pada kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Simpatisan *United* sebaiknya tetap mempertahankan, dan menjaga rasa kekeluargaan, kepedulian, rasa kesetiakawanan antar anggota sehingga nantinya komunitas ini, menjadi lebih solid, dan kohesif.
2. Simpatisan *United* sebaiknya lebih sering mengadakan kegiatan sosial, agar komunitas ini selalu eksis, dikenal oleh khalayak, dan membuat khalayak merasa tertarik dan ingin bergabung dengan komunitas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A Foss Karen, W Littlejohn, Stephen 2014. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2003. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- _____. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Curtis, Dan B, dkk. 2005. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2004 . *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta
- Johnson, W, David, dan Johnson, P. Frank. 2012. *Dinamika kelompok: Teori dan Keterampilan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Effendi, Onong Unjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*: Remaja Rosda Karya.
- Ivancevich, John M, dkk. 2008. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Erlangga
- Moleong J, Lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rivai, vethzal dan Mulyadi, Deddy. 2010. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*: Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Robbins. P, Stevend and Judge. A Timothy. 2008. *Perilaku Organisasi: Organizational Behavariol*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Edi dan Mite Setiansah. 2005. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Fajar Interpratama.
- Sendjaja, Djuarsa.S. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Sukandarrumidi. 2004. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

INTERAKSI SOSIAL KAUM GAY DALAM MEMBANGUN EKSISTENSI (STUDI TINDAKAN KOMUNIKASI HABERMAS)

Anggoro Santoso¹

¹Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia

Email: santoso.anggoro@stikomprosia.ac.id

Abstrak

Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol. Pernyataan tersebut sesuai dengan kenyataan karena dalam setiap kita berinteraksi disadari maupun tidak, tersirat simbol yang mewakili diri seperti, cara berbicara, intonasi dalam menekankan kata yang diucapkan dan gaya berpakaian. Semua simbol tersebut merepresentasikan sesuatu yang dimaksud oleh seorang komunikator. Komunitas yang terdapat di Indonesia sangat banyak, salah satunya adalah komunitas gay. Sebuah komunitas dapat memunculkan variasi bahasa yang terbentuk untuk memudahkan komunikasi. Komunitas gay tergolong fenomenal, inilah yang menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian karena bahasa yang dimiliki merupakan hasil konstruksi kelompok gay dalam berbahasa. Banyak orang yang tidak mengerti dan paham tentang bahasa ini kecuali komunitas gay itu sendiri. Kaum gay merupakan sebuah kelompok masyarakat yang mempunyai ciri khas yang berbeda dengan masyarakat lainnya, namun komunitas gay juga ikut mempengaruhi berbagai hal dan peristiwa yang terjadi dalam masyarakat dan lingkungan yang bersangkutan. Beberapa kaum gay hidup secara normal, bahkan banyak yang beristri namun memutuskan untuk menjadi gay, dan ada beberapa kaum gay yang menutup diri dengan lingkungan normal dan hidup berkelompok bersama-sama dengan komunitas gay lainnya mempunyai karakter, kebiasaan, bahasa dan perilaku tersendiri pada saat tertentu nantinya akan membentuk sebuah pola atau kultur yang dimiliki dan membentuk masyarakat secara umum. Kaum gay sangat ingin diakui keberadaannya, terbukti dengan aksi demonstrasi beberapa waktu yang lalu, mereka ingin masyarakat menganggap diri mereka seperti orang normal lainnya, mempunyai keluarga dan bebas berekspresi tanpa ada tekanan dari pihak manapun. Penelitian ini akan berfokus tentang interaksi sosial kaum gay dalam membangun eksistensi ditilik dari studi tindakan komunikasi Habermas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

Kata kunci : interaksi, hubungan, gay, habermas

PENDAHULUAN

Kaum gay merupakan sebuah kelompok masyarakat yang mempunyai ciri khas yang berbeda dengan masyarakat lainnya, namun komunitas gay juga ikut mempengaruhi berbagai hal dan peristiwa yang terjadi dalam masyarakat dan lingkungan yang bersangkutan. Beberapa kaum gay hidup secara normal, bahkan banyak yang beristri namun memutuskan untuk menjadi gay, dan ada beberapa kaum gay yang menutup diri dengan

lingkungan normal dan hidup berkelompok bersama-sama dengan komunitas gay lainnya mempunyai karakter, kebiasaan, bahasa dan perilaku tersendiri pada saat tertentu nantinya akan membentuk sebuah pola atau kultur yang dimiliki dan membentuk masyarakat secara umum.

Hal ini disebabkan oleh komunitas gay sulit untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya di luar komunitas dan merasa mereka malu, diam-diam

terhadap lingkungan keluarga dan masyarakat akan keadaan mereka yang sebenarnya.

Pandangan masyarakat pada umumnya, gay merupakan penyakit seks atau kondisi yang patologis sehingga harus diperangi. Titik tolak penilaian yang sangat ditentukan oleh orientasi seksual ini yang menjadi penyebab sehingga aktivitasnya selalu terlihat aneh dan seolah menjijikkan.

Kaum gay dipandang sebagai orientasi seksual yang banyak mengundang kontroversi. Pandangan negatif yang bertumpuk karena orientasi seksual ini dianggap sebagai gejala abnormal. Komunikasi setiap orang, setiap tempat mempunyai gaya yang berbeda, kemudian akan mempengaruhi pola komunikasi yang terbangun dalam suatu komunitas masyarakat tertentu. Komunitas gay memiliki gaya bahasa yang unik dalam berkomunikasi antar sesama, secara umum terbentuk sebuah pola komunikasi dalam berinteraksi.

Interaksi simbolik yang dilakukan dalam komunitas gay dapat dijabarkan ketika mereka berinteraksi dengan sesama gay seperti dalam bertukar pesan dengan menggunakan bahasa-bahasa dan simbol yang sudah disepakati oleh sesama komunitas gay seperti dalam penggunaan bahasa verbal dan non verbal.

Dalam interaksinya dengan sesama gay bahasa yang digunakan menggunakan istilah khusus yang dinamakan bahasa binan, karena bahasa yang digunakan bukan bahasa baku, melainkan kalimat-kalimat yang di leluconkan menjadi suatu arti dengan proses kesepakatan antar kaum gay, dan hanya komunitas gay yang mengerti dan memahami kalimat tersebut.

Dapat diamati melalui bahasa penutur ataupun ekspresi simbolik. Faktor yang mempengaruhi interaksi simbolik seperti pergaulan, budaya yang disepakati, dan sistem kepercayaan sehingga bisa dikatakan bahwa

interaksi simbolik terbentuk tidak secara baku tetapi fleksibel. Bahasa sebagai alat komunikasi harus mampu mengekspresikan konsep-konsep yang ada dalam kebudayaan manusia pemakainya. Oleh karena itu, bahasa selalu berkembang seiring dengan perkembangan kebudayaan masyarakat yang melingkupi, sebagai alat komunikasi dan alat interaksi bahasa dapat dikaji secara internal maupun eksternal.

Kajian internal artinya pengkajian itu hanya dilakukan terhadap struktur intern bahasa itu sendiri, sebaliknya kajian secara eksternal berarti kajian itu dilakukan terhadap hal-hal, faktor-faktor yang berada diluar bahasa yang berkaitan dengan pemakaian bahasa itu oleh para penuturnya didalam kelompok-kelompok sosial masyarakat. Bahasa mempunyai sistem dan subsistem yang dipahami sama oleh penutur bahasa, namun karena penutur bahasa tersebut berada dalam masyarakat tutur yang tidak homogen, maka wujud bahasa menjadi tidak seragam. Terjadinya kevariasian bahasa tidak hanya disebabkan oleh penutur yang tidak homogen tapi juga karena kegiatan sosial yang mereka lakukan sangat beragam.

Kaum gay yang selama ini berkembang di masyarakat Indonesia yaitu seperti gaya yang kurang jantan, akan tetapi dengan permasalahan yang sama dihadapi kaum gay secara umum yaitu perasaan terkungkung atas jati diri mereka, sehingga mereka merasa kesulitan untuk mengaktualisasikan diri mereka sebagai seorang gay serta terjadinya penolakan dari masyarakat mengenai pengakuan dan keberadaan homoseksual, dengan nilai-nilai ketimurannya menganggap bahwa hubungan sesama jenis adalah terlarang.

Kondisi inilah yang menjadikan individu gay enggan untuk membuka diri. Kehidupan gay yang bertolak belakang dengan kebiasaan kehidupan manusia secara normal dalam berperilaku dan

menentukan sikap membuat komunitas maupun individu homoseksual itu sendiri tidak mendapat tempat di masyarakat, itu semua dikarenakan pola kehidupan mereka dianggap akan mempengaruhi kehidupan masyarakat lain.

Kaum gay sangat ingin di akui keberadaannya, bahkan terbukti dengan aksi demonstrasi beberapa waktu yang lalu, mereka ingin masyarakat menganggap diri mereka seperti orang normal lainnya, mempunyai keluarga dan bebas berekspresi tanpa ada tekanan dari pihak manapun yaitu masyarakat yang kontra, namun masyarakat sendiri sudah memblacklist kaum gay dari kehidupan sosial yang normal, karena menurut masyarakat kaum gay hanya sampah masyarakat yang harus di berantas

Realita inilah yang membuat kaum gay harus 'berjuang' untuk menunjukkan eksistensi mereka. Salah satunya dengan penggunaan bahasa dalam berkomunikasi. Tak jarang, bahasa-bahasa yang mereka ciptakan sebagai symbol antar kaum gay menjadi trend di masyarakat. Hal ini menjadi satu batu loncatan untuk kaum gay diterima sebagai bagian dari masyarakat.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tema yang diangkat peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln, Penelitian kualitatif lebih ditujukan untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendekan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi. (Herdiansyah, 2014: 7). Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendekan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada dasarnya kaum gay memiliki bahasa yang sama dalam berkomunikasi dengan komunitasnya. Tetapi menjadi berbeda ketika mereka berinteraksi dengan masyarakat di sekitarnya. Mereka memiliki cara tersendiri untuk menyatakan identitasnya sebagai gay. Hasil penelitian ini di peroleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan informan dalam bentuk observasi langsung dan apabila datanya sudah terkumpul kemudian dianalisis, pada umumnya kesulitan untuk mengungkap jati diri yang sebenarnya secara jujur. Perbedaan komunikasi mereka dengan masyarakat sekitar dari perempuan dan lelaki heteroseksual pada umumnya, hanya pada gesture, gerak-gerik atau perilaku, tatapan mata, cara berbicara dan signal-signal tertentu yang mereka gunakan.

Komunitas gay juga membentuk sebuah solidaritas atas dasar persamaan gay, peduli kesehatan dan pengalaman percintaan, rasa saling percaya yang kuat, serta berbagai faktor lainnya. Solidaritas yang terbentuk oleh anggota komunitas gay juga berdasarkan hubungan yang sangat kuat yang dilakukan oleh anggota komunitas gay tersebut.

Cafe Starbucks merupakan tempat khusus komunitas gay, yang seakan menjadi fase yang menarik banyak pengunjung karena di sanalah mereka berinteraksi, mendapatkan hiburan, bahkan kadang-kadang bertemu dengan partner seksual mereka. Peneliti mendapatkan informasi berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu komunitas Gay yang bernama Mance.

Komunitas Gay di Cafe tersebut tidak mematok harga untuk menjadi anggota, untuk menjadi anggota cukup dengan intens berinteraksi di Rabu malam. Cukup dengan menempelkan pin pelangi sebagai tanda. Bahasa yang sering digunakan saat mereka

berinteraksi adalah Bahasa gaul yang dipahami oleh komunitas gay seperti dalam hasil wawancara peneliti ketika menanyakan tentang bahasa yang digunakan dalam berinteraksi “Bahasa binaan alias bahasa gaul, kayak lekong yang artinya laki-laki, sebenarnya sama sih kayak bahasa waria gitu, bedanya kita tetap pakai atribut laki, kalau wariakan dandan, kalau kita paling dandan sidandan tapi cuma pakai sunblock, baju ketat, lip glos, itu aja sih.”

Penjabaran di atas adalah jawaban dari mance dimana pada saat peneliti mewawancarai mance dalam kondisi duduk sambil minum coffe pada saat di starbucks mall sarinah. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat peneliti jabarkan bahwa bahasa merupakan media komunikasi dari bahasa tersebut terdapat macam – macam bahasa gaul yang di gunakan oleh komunitas gay tersebut yang di pahami dengan sesamanya. Saat ini anggota Komunitas Gay yang datang ke Cafe Starbucks Sarina Thamrin sangat banyak anggotanya, ada beberapa yang sering hadir, dan ada beberapa yang dari luar Jakarta datang ke café tersebut

Menurut Meda, salah satu anggota komuniat gay, dalam berinteraksipun pada komunitas gay, mereka memiliki istilah tersendiri. Ada dua istilah utama, yaitu: “closet” (kloset) dan “coming out” (keluar). Istilah “closet” digunakan sebagai metafor untuk menyatakan ruang privat atau ruang sub struktur dimana seseorang dapat mendiaminya secara jujur, lengkap dengan keseluruhan identitasnya yang utuh. Sedangkan istilah “coming out” digunakan untuk menyatakan ekspresi dramatis dari informasi/keadaan yang bersifat privat menjadi informasi publik.

Teori Interaksi Simbolik menjelaskan bagaimana masing-masing informan berproses dalam menegaskan identitasnya sebagai gay sehingga kemudian menghasilkan

sikap, perilaku dan tindakan yang berbeda-beda dalam komunikasi interpersonalnya. Kita dapat memahami bagaimana perbedaan sikap, perilaku dan tindakan yang terjadi pada masing-masing informan, bagaimana mereka mengelola informasi privat yang dimiliki, baik yang sudah dipengaruhi oleh interaksi maupun yang bertahan dalam konsep dirinya sendiri.

Gay yang memiliki pemahaman konsep diri yang benar, lebih mudah untuk membuka diri atau melakukan coming out. Melalui komunikasi interpersonal yang baik, gay dapat melakukan proses “coming out” dari kehidupan mereka yang tertutup. Pada umumnya dalam komunitas gay ataupun dalam interaksi dengan teman-teman non-gay mereka yang berada dalam “lingkaran” pergaulan mereka, mereka dapat berinteraksi dengan baik, tentunya dengan menggunakan gesture, tatapan, signal-signal tertentu yang hanya dapat dipahami oleh kaumnya beserta dengan bahasa sendiri.

Perlu dipahami bahwa pada awal kaum Gay meyakini identitas diri mereka pilihan dan menyatakan diri tidak serta merta diikrarkan oleh mereka. Pilihan untuk mengakui dirinya sebagai Gay biasanya hanya diketahui teman-teman terdekat mereka yang dapat dipercaya atau salah satu anggota keluarga (ibu, kakak, atau adik) yang bisa menerima mereka dalam keadaan sudah menjadi gay. Dan mereka sangat membutuhkan waktu yang sangat lama untuk dapat membuat sebuah pengakuan mengenai hasrat seksualitas mereka yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya.

Melalui tahap sensasi, persepsi, memori dan berpikir, masing-masing informan menghasilkan pemahaman identitas diri yang berbeda-beda. Hal ini tentunya membuat masing-masing informan memiliki pendekatan yang berbeda dalam melakukan komunikasi interpersonalnya. Identitas diri atau

biasa disebut dengan konsep diri seorang gay biasanya bergantung dari citra yang dilihat oleh orang lain, baik itu keluarga, teman sesama gay, teman non-gay atau masyarakat di sekitar tempat tinggal dan tempat bekerja kaum gay.

Dalam proses berinteraksi komunitas gay dengan sesama kaum gay menggunakan berupa bahasa, isyarat, gesture dan lain-lain. Komunitas gay yang menggunakan bahasa gaul ini tidak menemukan kesulitan dalam melafalkan kata – kata dalam bahasa gaul, karena mereka sudah terbiasa mendengarkan bahasa gaul ini maka merekapun dapat dengan cepat memahami makna dari bahasa gaul yang mereka ucapkan.

Interaksi dalam hal ini ditentukan oleh pertukaran simbol dalam situasi tertentu dan dalam interaksi ini seseorang akan melakukan proses interaksi berdasarkan pesan verbal maupun non verbal yang ia tangkap. Interaksi juga dapat dimaknai sebagai suatu proses karena berlangsung secara terus menerus, tidak akan berhenti, dan berkelanjutan berdasarkan feedback atau umpan balik dan ekspektasi atau harapan (tujuan) peserta interaksi pada situasi tertentu.

Selain penggunaan bahasa untuk menunjukkan eksistensinya, kaum gay ini juga menunjukkan melalui gaya komunikasi non verbal melalui symbol-simbol dalam penampilan. Tujuannya adalah memberikan tanda – tanda bahwa mereka adalah seorang gay, contohnya pada saat seorang gay bertemu dengan laki – laki yang menarik, kaum gay itu akan mengkomunikasikan atau memberi tanda terhadap temannya sambil menjulurkan lidah kearah objek, namun lidah tetap berada dirongga mulut, seakan – akan mengulum sesuatu.

Dapat juga menggunakan aksesoris pada tubuh seperti cincin di jari kelingking, anting – anting di telinga kanan, menggunakan atribut

pin pelangi, serta menggunakan pakaian baju dengan warna mencolok, berkerah V-neck, ataupun gaya rambut klimis, dan bertatapan mata seorang gay apabila tertarik dengan seseorang laki – laki, mereka akan menatap lebih dari 3 detik atau curi –curi pandang, sambil mengerlipkan matanya untuk titik ekstrim, pada saat bicara pun mulut dapat menunjukkan bahwa dia itu adalah seorang gay atau bukan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini , yakni :

1. Interaksi simbolik yang dilakukan kaum gay adalah interaksi simbolik yang dibentuk melalui konstruktivisme dengan menggunakan simbol – simbol atau lambang – lambang verbal dan non verbal.
2. Interaksi yang dilakukan oleh komunitas gay adalah dengan melakukan intensitas melalui pertemuan di café, jamuan – jamuan khusus melalui obrolan yang akrab, dan serta selalu berkumpul di café starbucs.

Adapun saran dari peneliti dibutuhkan peran serta masyarakat khususnya pembuka agama, aparaturnegara atau pemerintah khususnya di bidang sosial untuk melakukan sosialisasi pembinaan melalui kegiatan dalam bidang keagamaan agar perilaku penyimpangan ini dapat diatasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A Devito, Joseph. 2009. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees. 2011. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Banister, P. 1994. *Qualitive Methods in Psychology A Research Guide*. Buckingham: Open University Press.

- Buss, David M. 2009. *Gairah Yang Berbahaya, Mengapa Cemburu? Apakah Diperlukan dalam Cinta dan Sex*. Bandung : Gramedia
- Carrol, J. L. 2005. *Sexuality*. Wadsworth: Thomson Learning, Inc.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bak.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek*. Cetakan Kesembilanbelas. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Elizabeth, B. Hurlock. 2001. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Penerjemah Soejono Trimo. Bandung: CV Remadja Karya
- Hadari, Nawawi. 2005. *Metode Penelitian idang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hadi, Taufik. 2011. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Khasali, Rhenald. 2008. *Manajemen Public Relations "Konsep dan Aplikasinya di Indonesia"*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono. Rachmat. 2008. *Teknik Praktisi Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Prenada.
- Masters, W. H, dkk. 1992. *Human Sexuality*. New York: Springer-Verlag.
- Moelong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya Offset.
- Moelong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Moelong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Mustafa Nasution dan Hardianus Usman. 2007. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ruslan. Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2008. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Humaniora Utama Press.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tubbs, Stewart L dan Moss, Sylvia. 1996. *Human Communication, Konteks-konteks*. Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, Wahyu. 2001. *Otonomi Bahasa 7 Strategi Tulis Pragmatik Bagi Praktisi Bisnis dan Mahasiswa*. Jakarta: Grmdia Pustaka Utama.
- Wibowo, Wahyu. 2007. *Manajemen Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Widjaja, H.A.W. Ardianto. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

TINJAUAN ESTETIKA "THE LIANG GIE" DALAM FILM A THOUSAND WORDS KARYA BRIAN ROBBINS

Bintang Nurijadi¹

¹Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia
nurijadi.bintang@stikomprosia.ac.id

Abstrak

Salah satu karya seni yang memiliki kekuatan audio visual adalah film. Film adalah gambar hidup dan juga media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan suatu pesan, sehingga masyarakat lebih memilih film sebagai media yang mempunyai kemampuan menjangkau segmentasi sosial. Industri film kini sudah populer di seluruh dunia, tidak sedikit industri yang bersaing untuk memproduksi sebuah karya inovasi di media ini. Pesan yang dituangkan ke dalam sebuah film juga beraneka ragam, seperti dialog, semiotika dalam film, dan estetika. Film menjadi media yang spesial karena dapat membuat khalayak terbawa ke dalam film bersama dimensi parasosial yang dihadirkan. Film yang menjadi perhatian penulis untuk penelitian ini adalah film yang berjudul *A Thousand Words*. Karena film ini mendapatkan rating terburuk. *A Thousand Words* merupakan film garapan sutradara asal Amerika, Brian Robbins. *A Thousand Words* rilis di bioskop pada tanggal 9 Maret 2012. Film berdurasi 91 menit ini ceritanya sederhana, seorang agen *literatur*, Jack McCall yang menggunakan kemampuan berbicaranya untuk mendapatkan berbagai persetujuan perjanjian buku. Suatu hari Jack mencoba untuk mendapatkan sebuah persetujuan buku dari seorang guru *self-help* bernama Dr. Sinja. Dr. Sinja melihat ketidakjujuran padanya, dan Jack mendapatkan kutukan. Sebuah *Bodhi Tree* secara ajaib muncul di halaman belakang rumah Jack. Setiap kata yang diucapkan oleh Jack menyebabkan sehelai daun jatuh dari pohon. Saat pohon itu menggugurkan semua daun, pohon tersebut akan mati dan begitu juga dengan Jack. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Pendekatan kualitatif digunakan dengan pertimbangan bahwa penelitian ini nantinya akan meninjau keindahan yang dituangkan dalam film *A Thousand Word* secara subjektif melalui gambar dan teks untuk mengamati apakah terdapat keindahan didalamnya. Sedangkan taraf tinjauan penelitian ini adalah Deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah tinjauan estetika. Penulis akan meneliti keindahan yang terdapat di dalam film *A Thousand Word* menggunakan Estetika The Liang Gie. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari film yang berjudul *A Thousand Word* karya Brian Robbins. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai literature seperti buku, situs internet, pendapat dari beberapa rekan dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Film *A Thousand Words* adalah termasuk film drama keluarga karena sebagian besar dari ceritanya adalah tentang kehidupan dan banyak nilai-nilai estetis yang dapat masyarakat rasakan pada film *A Thousand Words*. Biasanya *sineas* juga menyisipkan sebuah pesan pada dalam cerita yang tidak bisa dilihat hanya dengan menikmati cerita film saja Rating yang buruk pada film bukanlah lagi sebagai acuan bahwa film itu benar-benar buruk. Estetika pada film *A Thousand Words* ini bisa menjadi nilai tambah dikalangan masyarakat karena terdapat keindahan-keindahan yang tidak penonton sadari pada film tapi bisa penonton rasakan.

Kata Kunci : Scene, Makna, Estetika, Keindahan, Rating

Abstract

One of the works of art that has the power of audio visual is film. Film is a living image and also an effective communication medium to convey a message, so that people prefer film as a medium that has the ability to reach social segmentation. The film industry is now popular throughout the world, not a few industries are competing to produce an innovation work in this media. The message poured into a film is also diverse, such as dialogue, semiotics in film, and aesthetics. Film becomes a special medium because it can bring audiences into the film along with the parasocial dimensions presented. The film that became the author's concern for this research was a film called *A Thousand Words*. Because this film gets the worst rating. *A Thousand Words* is a film by American director Brian Robbins. *A Thousand Words* was released in theaters on March 9, 2012. The 91-minute film is a simple story, a literary agent, Jack McCall who uses his speaking skills to get various agreement on book agreements. One day Jack tried to get an approval book from a self-help teacher named Dr. Sinja. Dr. Sinja sees her dishonesty, and Jack gets a curse. A Bodhi Tree miraculously appeared in Jack's backyard. Every word that was spoken by Jack caused a leaf to fall from the tree. When the tree leaves all the leaves, the tree will die and so will Jack. This study uses a qualitative approach, a qualitative approach is used with the consideration that this study will later review the beauty as outlined in the film *A Thousand Word* subjectively through images and text to observe whether there is beauty in it. While the level of review of this study is descriptive. The research method used is aesthetic review. The author will examine the beauty contained in the film *A Thousand Word* using The Liang Gie's Aesthetic. The primary data used in this study is data sourced from a film entitled *A Thousand Word* by Brian Robbins. Secondary data in this study were taken from various literature such as books, internet sites, opinions from several colleagues and other sources related to research. This reserch concludes that *A Thousand Words* Film is a family drama film because most of the stories are about life and there are many aesthetic values that people can feel in the film *A Thousand Words*. Usually filmmakers also insert a message in a story that cannot be seen simply by enjoying the story of the film. A bad rating on the film is no longer a reference that the film is really bad. Aesthetics in the film *A Thousand Words* can be added value among the community because there are beauties that the audience does not realize in the film but can the audience feel.

Keywords: Scene, Meaning, Aesthetic, beauty, Rating

PENDAHULUAN

Estetika sebagai cabang ilmu filsafat, dalam perkembangannya menjadi sebuah disiplin yang mandiri. Permasalahan keindahan menjadi suatu pokok pembahasan bidang estetika seperti pendapat The Liang Gie, objek sasaran estetika meliputi, keindahan secara umum, perbedaan antara keindahan alam dan keindahan seni, keindahan khusus yang ada dalam karya seni, cita rasa, dan pengalaman estetis. Dengan demikian estetika merupakan satu disiplin ilmu

yang komprehensif untuk diimplementasikan berdasarkan substansi permasalahannya, khususnya yang berkenaan pada sudut pandang kesenian atau keindahan. Estetika sebagai pijakan sebuah karya seni (film), erat kaitannya dengan unsur-unsur yang melekat pada karya tersebut untuk menangkap maksud dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. *"In a similar inductive way, I have identified and isolated five fundamental and contextual image elements of video*

and film:light and color, two-dimensional space, three-dimensional space, time/motion, and sound, This book examines the aesthetic characteristics and potentials of these five elements and how we can structure and apply them within their respective aesthetic fields. This analysis is an essential prerequisite to understanding their contextual and expressive functions. Once you know the aesthetic characteristics and potentials of these fundamental image elements, you can study how they operate in the context of a larger aesthetic field and combine them knowledgeably into put therns that clarify, intensify, and effectively communicate a significant experience” (Zettl, 2011:13).

Dengan pemikiran Herbert Zettl di atas, pemahaman mendasar dari sifat-sifat estetika elementer sebuah medium film membawa pemahaman yang lebih menyeluruh. Hal ini didasarkan bahwa media film merupakan karya seni yang terwujud dari satuan kreativitas *sineas*. Hasil kreativitas ini memberikan kontribusi keindahan, citarasa, dan pengalaman estetis bagi penonton. nilai estetis adalah kemampuan dari suatu benda atau hal untuk menimbulkan pengalaman estetis pada orang yang mengamati (The Liang Gie 2004:18). Teori keindahan dibagi menjadi dua, yaitu keindahan obyektif dan subyektif. Keindahan obyektif adalah ciri-ciri atau sifat yang memang telah melekat pada benda atau hal indah yang bersangkutan, terlepas dari orang yang mengamati. Pengamatan seseorang hanyalah menemukan atau menyingkapkan sifat-sifat indah yang sudah ada pada sesuatu benda dan sama sekali tidak berpengaruh untuk mengubahnya. Ciri-ciri keindahan (estetis) yang dimaksud adalah penimbangan antara bagian-bagian yang ada pada karya seni yang indah. Keseimbangan antara bagian-bagian itu masih juga dimantapkan dengan

keselarasan dan keserasian (The Liang Gie 2004: 49). Keindahan subyektif adalah ciri-ciri yang menciptakan keindahan pada sesuatu benda yang sesungguhnya tidak ada. Hanyalah tanggapan perasaan dalam diri seseorang yang mengamati suatu benda. Adanya keindahan semata-mata tergantung pada pencerapan dari pengamat itu.

Film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Penikmat film tentu pernah mendapat pengalaman menonton film yang diperkirakan bagus ternyata alur cerita dalam film tersebut buruk bahkan hampir keseluruhan film tidak menarik. Banyak hal yang mempengaruhi sebuah film, mulai dari ide cerita, penokohan sampai sutradara berpengaruh terhadap film. Sebagai sebuah film, film *A Thousand Words* memiliki nilai estetika.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk menjawab masalah dalam penelitian ini yaitu Apa saja bentuk estetika yang terdapat dalam film *A Thousand Words* ? dan Tepatkah film ini dinyatakan film yang buruk jika ditinjau dengan Estetika ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni suatu bentuk penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006: 56). Oleh karena itu penelitian dengan pendekatan kualitatif mengedepankan kualitas (kedalaman) bukan kuantitas (jumlah). Pendekatan kualitatif digunakan dengan pertimbangan bahwa penelitian ini nantinya akan meninjau keindahan yang dituangkan dalam film *A Thousand Word* secara subjektif melalui gambar dan teks untuk mengamati apakah terdapat keindahan didalamnya. Sedangkan taraf tinjauan penelitian ini adalah Deskriptif.

Penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan penjelasan terkait dengan rumusan masalah. Metode penelitian yang digunakan adalah tinjauan estetika. Estetika merupakan teori yang membahas keindahan. Penulis akan meneliti keindahan yang terdapat di dalam film *A Thousand Word* menggunakan Estetika The Liang Gie. Ada dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari film yang berjudul *A Thousand Word* karya Brian Robbins. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai literature seperti buku, situs internet, pendapat dari beberapa rekan dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif berisi tentang prosedur maupun strategi yang digunakan dalam proses pengumpulan data pada penelitian, dengan begitu akan muncul keputusan-keputusan yang akan dibuat dalam proses pengumpulan data penelitian. (Sugiyono, 2008:63). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan menggunakan teknik Observasi, Studi Pustaka dan Dokumentasi. Data-data yang sudah terkumpul diolah menggunakan ilmu estetika dengan mencari suatu keindahan di dalam film. Setelah memperoleh data penelitian, maka hal yang dilakukan selanjutnya, yakni mengumpulkan bagian-bagian film yang akan diteliti dan mengidentifikasi sesuai apa yang menjadi tujuan penelitian dengan mengamati beberapa bagian film (*sequence*) yang sesuai dengan apa yang penulis akan meninjau dengan menggunakan ilmu estetika. Estetika disini mengamati beberapa keindahan film dari sisi sinematografi, alur cerita, dan pemeran yang ada di film ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan Film *A Thousand Words* dengan Estetika The Liang Gie

Film mengandalkan kekuatan gambar visual dan narasi sebagai sarana komunikasi. Gambar visual dan narasi ini sangat dibutuhkan oleh para sineas sebagai media untuk menyampaikan informasi / pesan kepada penonton. Sudah menjadi kewajiban dan tanggung jawab para sineas untuk menggunakan ruang dan waktu yang tersedia untuk menyampaikan informasi secara lengkap sehingga penonton memperoleh informasi yang utuh pada akhir cerita. Namun jika film memiliki sebuah informasi / pesan yang terlalu dangkal, film itu tidak akan menarik bagi para kritikus film dan penonton. Disisi lain sebuah film pasti disisipkan keindahan yang dapat dirasakan oleh penonton saat menikmati jalan cerita yang ditampilkan, seperti pengambilan gambar dari setiap scene yang berganti, alur cerita yang tidak dapat ditebak oleh penonton, dan penokohan karakter dalam film membuat penonton ikut terbawa emosi yang diperankan oleh para pemeran. Salah satu metode untuk merasakan sebuah keindahan yang disisipkan oleh film adalah dengan ilmu estetika The Liang Gie dimana menekankan sebuah nilai estetis, pengalaman estetis, perilaku orang yang mencipta (seniman), dan seni. Estetika juga menjadikan suatu karya memiliki sifat baik seperti kesatuan, kerumitan, dan kesungguhan. Untuk itu Penulis dengan menggunakan estetika akan meninjau keindahan yang terdapat di film ini. Setelah menonton dan menelaah lebih dalam mengenai film *A Thousand Words* ini akhirnya penulis mengelompokkan alur cerita kedalam beberapa *sequence* yang akan ditinjau untuk membuktikan adanya keindahan yang disisipkan melalui sinematografi, plot, dan penokohan karakter.

Sequence dalam film mengacu pada urutan dan pengelompokan *scene*, sebuah *sequence* terdiri atas beberapa *scene* yang dipilih untuk mengelompokkan kejadian. Disini penulis memilih *scene* yang terdapat tiga unsur film yang sudah disebutkan pada tujuan penelitian. Setiap *sequence* terdapat beberapa *scene*, dan tiap *scene* terdapat pembahasan, yaitu: sinematografi, plot, dan tokoh/karakter. **Tinjauan Film A Thousand Words dengan Estetika The**

Liang Gie, dapat dilihat pada beberapa *squence* dan *scene* berikut ini.

1. *Sequence 1 – Scene 1*

Pada awal film dimulai terlihat Jack McCall sedang menyirami sebuah pohon yang kekeringan, lalu suara narasi yang diperdengarkan adalah suara hati dari Jack McCall, Jack memberitahu tentang kutukan yang diterima oleh dirinya.

Gambar 1
Jack memberitahu masalahnya

1. "Ini adal, dapat dilihat pada ah suara hatiku, yang ada dalam pikiranku."
2. "Aku ingin bicara padamu, tapi aku tidak bisa."
3. "Karena kalau aku bicara satu kalimat saja dengan keras."
4. "Aku akan mati."

a. Sinematografi yang ditampilkan adalah pengambilan kamera yang awalnya menyirami kehidupan Jack yang sudah hancur, terbukti dari perabotan rumah yang berserakan. Lalu menggunakan teknik *Panning* (mengambil gambar bergerak secara horizontal) bertujuan untuk menampilkan perabotan rumah dan foto keluarga Jack yang berserakan. Dilanjutkan dengan *Tilting* (mengambil gambar bergerak secara vertikal) dan *Long Shot* (mengambil gambar secara keseluruhan, gambar diambil dari jarak jauh, seluruh objek terkena hingga latar belakang objek) yang dimulai setelah *Panning* lalu menuju halaman rumah secara *Tilting* yang

menampilkan dari kaki Jack hingga bagian tubuh Jack secara *Long Shot* agar keindahan dari alam sekitar terlihat oleh penonton, dan pohon yang kering tersebut terlihat hingga bagian atas yang hanya menyisakan beberapa helai daun saja.

b. Plot cerita diawal film yang hanya beberapa detik ini (atau bisa disebut *scene* pertama) adalah bagian cerita pada pertengahan film yang nanti akan dilanjutkan sampai *ending*. Disini menceritakan seorang Jack sudah pasrah karena daun yang terdapat pada pohon tersebut hampir habis, dimana jika daun tersebut habis Jack akan mati,

agar daun tersebut tidak berguguran syaratnya Jack tidak boleh mengucapkan satu kata pun, setiap satu kata yang dikeluarkan maka satu daun akan gugur. Hal ini bertujuan agar penonton paham dengan isi cerita yang akan dimulai setelah *scene* pertama ini, dan nilai estetis disini membuat cita rasa penonton ingin mengetahui apa yang menyebabkan Jack seperti itu, dan mengapa pohon itu ada.

- c. Tokoh karakter yang ada pada *scene* pertama ini adalah Jack McCall yaitu pemeran utama dalam film ini. Terlihat saat kamera melakukan *over shoulder* (mengambil gambar bergerak dari sisi pundak bagian belakang karakter) dimana saat narasi (suara hati Jack) “*Aku akan mati.*” Mimik

wajah Jack terlihat panik dan pucat, seolah Jack ingin bebas dari kutukan yang menyimpannya. Seperti ada rasa penyesalan dan rasa khawatir pada sosok Jack pada *scene* ini. Pengalaman estetis yang bisa penonton rasakan adalah bagaimana jika hidup ditentukan dengan beberapa kata yang akan kita ucapkan.

2. Sequence 1 – Scene 2

Scene yang menarik adalah ketika Jack McCall ingin membeli kopi di *Starbucks*, melihat antrian yang begitu panjang Jack berpura-pura mendapatkan kabar dari pihak rumah bersalin bahwa istrinya akan melahirkan. Dan orang sekitar pun mengijinkan Jack untuk mendahului antrian kopi tersebut.

Gambar 2
Jack berusaha menyelak antrian di *starbucks*

1. “*Permisi, Boleh aku menyelak antrian...*”
2. *Tanpa Dialog*
3. “*Halo?*”
4. “*Apa? Dia di ruang bersalin?*”
5. “*Katakan Padanya untuk berhenti mengejan!*”
6. “*Dengar aku tidak mungkin melewati kelahiran anak pertamaku!*”
7. “*Aku hanya keluar untuk membeli kopi.*”
8. “*Silahkan duluan. Calon ayah mau lewat!*”
9. “*Terima kasih, ini gratis? Terima kasih banyak!*”

- a. Sinematografi yang ditampilkan cukup sederhana, kamera mengambil gambar dari dalam *Starbucks* yang disorotkan pada

pintu masuk, disitu Jack McCall masuk ke dalam dengan memandangi layar *handphone*. Bersamaan saat Jack mengangkat

kepalanya, kamera bergerak secara *Panning* ke arah kiri dan memperlihatkan suasana isi *Starbucks* dengan antrian kasir yang panjang. Lalu kamera men-*Follow* (mengambil gambar gerak dengan mengikuti tokoh yang ada di *frame*) Jack yang menghampiri seorang wanita tua. Disini menunjukkan estetika dalam arti yang luas, seperti yang dikatakan The Liang Gie, keindahan dalam arti luas meliputi keindahan seni, keindahan alam, keindahan intelektual, dan keindahan moral. Yang diambil dari *scene* ini adalah keindahan intelektual, yaitu menyerap pengalaman estetis yang berguna bagi hidup masyarakat. *Sineas* ingin menunjukkan kepada penonton bahwa etika dalam mengantri adalah dapat belajar bersabar menunggu giliran tiba, bersosialisasi dengan masyarakat yang ikut mengantri, kepedulian kepada seseorang yang membutuhkan.

b. Plot dari *scene* ini bercerita tentang Jack sebelum terjadinya *scene* pertama, plot disini bagian dari pengenalan siapa itu Jack dan seperti apa sifatnya. Jack ingin menyela antrian bukan karena terburu-buru tetapi karena malas menunggu, kemudian Jack menggunakan taktik licik agar cepat mendapatkan kopi lalu pergi. Terbukti di *scene* berikutnya Jack menghadiri wawancara khusus dengan mengeluarkan banyak jawaban dari mulutnya yang terburu-buru sampai lawan bicaranya tidak sempat mengucapkan pertanyaan lain. Pengalaman estetisnya, penonton sadar bahwa ini adalah *flashback* sebelum kutukan Jack diterima, dan *flashback* tersebut cukup detail untuk menceritakan secara perlahan sampai titik klimaks cerita dimulai.

Gambar 3
Wawancara Jack terburu-buru

"Hei, Dok. Kurasa kita baru saja kehabisan waktu."

c. Banyak karakter yang mulai terlibat dalam cerita, dan banyak juga karakter yang akan mengubah pemeran utama. Sosok karakter Jack saat ini adalah seorang yang banyak

bicara, terburu-buru, dan meremehkan orang lain. Terlihat pada gambar 5.3 nomor 1, Jack mencoba menyelak antrian pada seorang wanita tua, tapi ternyata wanita tua itu menolak

bahkan mengancam Jack jika menyelak akan membunuhnya sampai tiga kali. Pengalaman estetis yang bisa penonton serap adalah menyelak antrian perbuatan tidak baik, jika dilihat dari pengalaman estetis sisi lain sebetulnya adalah seorang wanita tua tersebut menjaga hak dirinya karena berada pada hal yang sudah menjadi gilirannya. Lalu terdapat keindahan moral yang sudah dijelaskan pada pembahasan sinematografi *scene* ini, terlihat sosok pria tua berkacamata memberikan jalan kepada Jack agar mendapat pelayanan terlebih dahulu. Pria ini membuat orang-orang yang mengantri ikut memberikan jalan kepada Jack, dengan kalimat "*Silahkan duluan, Calon ayah mau lewat!*" membuat seluruh ruangan *Starbucks* memberi ucapan kepada "*Selamat*" kepada Jack. Disini penonton dapat melihat keindahan moral dari sosok pria tua tersebut.

B. Pembahasan

Pada *scene-scene* yang sudah ditampilkan pada temuan sebelumnya, penulis menjelaskan adanya nilai estetis pada film *A Thousand Words* dari segi sinematografi, plot, dan tokoh yang mengacu pada sifat baik estetika menurut The Liang Gie, yaitu Kesatuan (*Unity*), Kerumitan (*complexity*), dan Kesungguhan (*Intensity*). Dimana ketika sebuah film diputar akan ada beberapa *scene* yang jika diperhatikan lebih teliti akan ada keindahan yang bisa penonton rasakan saat menonton film tersebut, seperti penjelasan dalam sifat baik estetika yaitu Kesungguhan (*Intensity*), suatu karya estetis yang baik harus memiliki kualitas tertentu yang menonjol dan bukan sekedar

sesuatu yang kosong tanpa makna. Berikut adalah pengertiannya :

- 1) Kesatuan (*Unity*), pada film *A Thousand Words* terdapat sebuah susunan keindahan pada setiap *scene* yang ditangkap oleh kamera, dan pengambilan gambar ini ditempatkan pada sinematografi film tersebut, sehingga tanpa disadari penonton ikut merasakan apa yang terjadi dalam film seperti rasa simpati atau antipati. Pengaruh film yang sangat besar tersebut biasanya akan berlangsung sampai waktu yang cukup lama, dan biasanya anak-anak dan pemuda yang relatif lebih mudah terpengaruh. Mereka akan menirukan gaya atau tingkah laku tokoh yang ada didalam film.
- 2) Kerumitan (*complexity*), merasakan sebuah keindahan film bukanlah hal yang dapat mudah dirasakan, karena semakin rumit sebuah film maka semakin banyak nilai estetis yang terdapat pada film. Hal ini bertujuan agar penonton bisa mencari atau menyadari saat merasakan keindahan pada film yang sedang diputar. Penonton akan dibuat bingung oleh cerita pada awal film sampai akhirnya penonton merasakan titik klimaks dari film yang sedang diputar.
- 3) Kesungguhan (*Intensity*), dalam sebuah film terdapat pesan yang disampaikan oleh sutradara kepada penonton, hal itu yang membuat film menjadi sarana komunikasi massa. Apabila penonton sudah tahu maksud pesan yang disampaikan, maka penonton biasanya mengeluarkan apresiasi seperti menangis dan tertawa.

Film *A Thousand Words* yang telah mendapatkan rating buruk dari beberapa situs seperti IMDb dan *Rotten*

Tomatoes sampai dinominasikan film terburuk pada acara *Golden Raspberry* hingga membuat *mainset* masyarakat terhadap film ini adalah benar-benar film yang buruk. Dan semua itu sudah dijelaskan bahwa disetiap *scene* pada film *A Thousand Words* ada beberapa keindahan yang seharusnya penonton rasakan, saat menonton sebuah film sebagian masyarakat pada dasarnya akan melihat film dari segi cerita, aktor/aktris yang bermain, dan pesan pada film yang ditayangkan. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa film *A Thousand Words* ini banyak mengandung estetika, ketika menonton pertama kali yang masyarakat lihat adalah pesan untuk berbicaralah seperlunya dan “hargai seseorang yang ada disekitarmu, karena suatu saat engkau akan butuh mereka.”. Itu bisa dilihat karena seperti yang dikatakan Claudia Puig seorang kritikus film disitus *Rotten Tomatoes* menegaskan pesan pada film ini sangat dangkal. Padahal jika ditinjau menggunakan estetika, keindahan-keindahan film tersebut akan terlihat dan bisa kita rasakan seni yang dibuat oleh *sineas*.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam penelitian yang berjudul “Tinjauan Estetika Dalam Film *A Thousand Words* Karya Brian Robbins” terdapat beberapa kesimpulan yang dapat disimpulkan oleh penulis, antara lain:

1. Film *A Thousand Words* adalah termasuk film drama keluarga karena sebagian besar dari ceritanya adalah tentang kehidupan dan banyak nilai-nilai estetis yang dapat masyarakat rasakan pada film *A Thousand Words*. Biasanya *sineas* juga menyisipkan sebuah pesan pada dalam cerita yang tidak bisa dilihat hanya dengan menikmati cerita film saja.

2. Rating yang buruk pada film bukanlah lagi sebagai acuan bahwa film itu benar-benar buruk. Estetika pada film *A Thousand Words* ini bisa menjadi nilai tambah dikalangan masyarakat karena terdapat keindahan-keindahan yang tidak penonton sadari pada film tapi bisa penonton rasakan.

B. Saran

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para pembaca dapat mengetahui dan memahami nilai estetika dalam film, sehingga para pembaca dan penikmat film dapat memberikan apresiasi kepada *sineas* dan melihat suatu karya film dari segi yang berbeda. Saran-saran yang bisa penulis berikan untuk dijadikan bahan masukan, sebagai berikut :

1. Saran untuk penikmat film diharapkan tidak terpacu pada sebuah rating di situs-situs tertentu, karena belum tentu film dengan rating yang rendah menggambarkan bahwa film itu tidak layak untuk ditonton. Memang film *A Thousand Words* ini sudah tidak bisa dinikmati di bioskop, tapi masih bisa diputar di media digital seperti, DVD, *Smartphone*, Komputer, bahkan sekarang dapat diunduh di Internet.
2. Penelitian ini, meskipun jauh dari kata sempurna diharapkan bisa menyumbangkan sebuah sudut pandang lain bagi masyarakat agar mempertimbangkan sebuah rating pada film.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro dan Komala Erdinaya Lukiati. 2005.

- Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Denis, Mcquail, 1987. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)* Jakarta: Erlangga.
- Denis, Mcquail, 2007. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Denesi, Macel, 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Jalasutra
- Gie, The Liang, 1976, *Garis Besar Estetik (Filsafat Keindahan)*, Pusat Belajar Ilmu. Berguna Yogyakarta
- Himawan, Pratista, 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta : Homerian Pustaka
- Herdiyansyah, Haris, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika
- Seto, Indriawan. 2011. *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mltra Wacana Media
- J.Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, 2006. *Sosiologi; Teks Pengantar dan Terapan*, Cetakan ke-2, Jakarta: Kencana
- Lexy J. Moleong, 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet xiv. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morrison, M.A. 2010, *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*, cetakan pertama. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*, cetakan kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Severin, W.J dan J.W Tankard. 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1990, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Zettl, Herbert. 2012. Eleventh Edition: *Television Production Handbook*. California: Wadsworth.

STUDI FENOMENOLOGI “GAYA BAHASA” SISWA SMK PASAR MINGGU DI MEDIA SOSIAL “PATH”

Novida Irawan¹

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia, Jakarta*
Email: irawan.novida@stikomprosia.ac.id

Abstrak

Internet merupakan jaringan besar di seluruh dunia yang saling berhubungan yang memungkinkan transfer elektronik. Melalui *new media* ini, manusia yang tersebar di seluruh dunia dapat berinteraksi satu sama lainnya. Ketika komunikasi tidak memungkinkan untuk bertatap muka, internet hadir sebagai interaktif media. Berkat teknologi ini, menjadikan proses komunikasi sebagai media perantara antar manusia. Melalui perkembangannya, internet dapat dijangkau melalui gadget, seperti tablet maupun smartphone yang dapat mudah dibawa dan digunakan kapan pun dan di mana pun. Dalam gadget pun terdapat berbagai aplikasi, khususnya dalam penelitian ini, yakni mengenai sosial media Path. Penggunaan media sosial bukanlah hal baru pada remaja. Remaja biasanya memiliki satu akun media sosial. Lebih banyak fitur dan konten yang disajikan di media sosial untuk menarik remaja. Namun, penggunaan media sosial yang tidak baik dapat mengganggu tata bahasa salah satu contoh bahasa baru yang muncul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif data yang dikumpulkan melalui observasi di SMK Pasar Minggu. Dengan melakukan wawancara mendalam dengan sumber yang terkait dengan penelitian ini. Hasil penelitian tentang fenomena penggunaan media sosial yang mempengaruhi tata bahasa yang baik dan bahasa yang benar dalam etika.

Kata Kunci: Fenomena Perubahan Bahasa Dalam Penggunaan Media Sosial Path

Abstract

The Internet is a large network of interconnected worlds that enables electronic transfers. Through this new media, people scattered throughout the world can interact with each other. When communication does not allow face to face, the Internet is present as interactive media. Thanks to this technology, making the communication process an intermediary medium between humans. Through its development, the Internet can be reached through gadgets, such as tablets or smartphones that can be easily carried and used anytime and anywhere. In any gadget there are various applications, especially in this research, namely on social media Path. The use of social media is not new to adolescents. Teenagers usually have one social media account. More features and content presented on social media to attract teenagers. However, the use of social media that is not good can disrupt the grammar of an example of a new language that emerges. The method of writing qualitative descriptive analysis of data collected through observation at the Pasar Minggu Vocational School. By conducting in-depth interviews with sources related to this study. The data obtained is the answer to identifying the problem above, the authors note carefully and seek as much information as possible which will be discussed in the discussion. The results of research on the phenomenon of the use of social media that affect good grammar and the correct language in ethics.

Keywords: Phenomenon of Language Change in the Use of Social Media Path

PENDAHULUAN

Media sosial adalah sebuah media online yang sedang trend, khususnya untuk para remaja mulai dari berbagi kegiatan keseharian hingga mencurahkan isi hati, Jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Menurut Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

Media sosial merupakan kenyataan publik yang memudahkan pengguna untuk interaktif antar user. Banyaknya manfaat dan kemudahan yang ditawarkan menyebabkan pengguna media sosial semakin marak dan beragam. Dengan bermunculnya media-media sosial banyak mempengaruhi cara berfikir dan kebudayaan di kalangan remaja. Kebanyakan remaja saat ini lebih banyak menghabiskan waktunya di media sosialnya ketimbang menghabiskan waktu berinteraksi dengan orang lain di dunia nyata. Hasilnya banyak kata-kata baru yang bermunculan yang tidak ada di Kamus Besar Bahasa Indonesia yang sedikit demi sedikit merubah kebudayaan Bahasa Indonesia.

Remaja mulai peka dengan kata-kata yang memiliki makna ganda. Mereka menyukai penggunaan metafora, ironi, dan bermain dengan kata-kata untuk mengekspresikan pendapat, bahkan perasaan mereka. Terkadang mereka menciptakan ungkapan-ungkapan baru yang sifatnya tidak baku. Bahasa seperti inilah yang kemudian banyak dikenal dengan istilah "Bahasa Gaul".

Beberapa bahasa gaul dari yang muncul di media sosial seperti :

- Siba: yang arti sebenarnya adalah "Habis" hanya saja katanya yang di balik penulisannya
- Cius ? Mi apah? : yang arti sebenarnya adalah "Serius ? Demi apa ?" penggunaan kata ini agar lebih terlihat imut dan lucu
- Gajebo: yang arti sebenarnya adalah "Gak Jelas" Contohnya "Gajebo lu"
- Woles: yang arti sebenarnya adalah "Slow" hanya katanya di balik menjadi "Wols" yang artinya santai saja
- Unyu: yang arti sebenarnya "Imut Menggemaskan" hanya saja dibuat lebih imut
- PHP: yang arti sebenarnya "Pemberi Harapan Palsu" hanya saja di singkat
- Baper: yang arti sebenarnya "Bawa Perasaan"
- Kepo: singkatan kata dari "Knowing Every Particular Object". Biasanya di pakai kepada orang yang ingin tahu secara detail.

David Crystal dalam bukunya *Texting: The Gr8 Db8*, mencoba menjawab kenapa orang gemar mengirim pesan pendek dengan cara menyingkat-nyingkat tulisan. Menurutnya, orang suka menulis demikian karena menganggapnya sebagai sebuah permainan kreativitas. Ia juga mengatakan bahwa penggunaan singkatan bukan hanya ada sejak zaman telepon genggam ataupun jejaring sosial. Dalam surat resmi pun dari dulu sudah ada inisial "A.S.A.P" (sesegera mungkin), "R.S.V.P" (mohon jawaban), atau "cc" (tembusan).

Remaja-remaja saat ini pada umumnya mengenal media sosial seperti Path namun ada juga beberapa remaja yang tidak mengenal media sosial. Kebanyakan remaja yang mengenal media sosial lebih banyak menggunakan bahasa-

bahasa gaul di kehidupan sehari-hari. Sedangkan remaja yang tidak mengenal media sosial cenderung lebih banyak menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Dari data statistik pada tabel dapat dilihat pengguna media sosial *Path* di Indonesia dari tahun 2013 dan terus meningkat tiap tahun.

Perkembangan Pengguna Jejaring Sosial *Path* di Indonesia

Tahun	Jumlah Pengguna (Juta)
2013	0,70
2014	4,2
2015	5,16

Sumber : Diolah dari *Kominfo.go.id* (2016)

Menyimpulkan dari beberapa penjelasan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang ingin diteliti adalah: Menganalisis studi fenomenologi “gaya bahasa” siswa smk pasar minggu di media sosial “path”

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian penelitian kualitatif tersebut adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci Sugiyono.

Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada penerapan penggunaan media sosial yang seharusnya agar gaya bahasa remaja bisa kembali ke bahasa Indonesia yang baik dan benar. Dengan analisis wacana

yang berhubungan studi mengenai bahasa keseharian.

Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar berada dalam masalah penelitian ini, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, maka harus mewawancarai 3 informan kunci yaitu Oki Pribadi, Cintami Claudia Siswa SMK Pasar Minggu yang aktif menggunakan media sosial *Path* dan juga Sri Iriani sebagai wali kelas.

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang paling strategis dalam penelitian ini karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Untuk mendapatkan data dan kelengkapan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian maka berikut adalah teknik pengumpulan data :

1. Teknik Wawancara (Interview)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu untuk mendapatkan informasi data. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atau respon terhadap pertanyaan tersebut. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui skema penggunaan bahasa yang baik dan benar di kalangan remaja.

2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah lalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan maupun gambar. Dalam penyusunan karya ilmiah ini, memanfaatkan sumber data dokumentasi dari media sosial terdahulunya.

3. Studi Perpustakaan

Studi Kepustakaan dilakukan untuk membantu mendapatkan data yang sifatnya sekunder. Memperoleh data dari buku-buku yang berhubungan

dengan topik yang dibahas guna untuk menambah data dalam penyusunan Penelitian. Untuk data premier mendapatkan langsung dari informan berupa data yang bersifat internal untuk mendapatkan data yang sesuai dengan objek penelitian.

Pada jenis penelitian kualitatif ini, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpulkan, data yang sudah ada dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan. Pada saat analisis data, dapat kembali lagi ke lapangan untuk mencari tambahan data yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali.

Teknik pengolahan data yang dilakukan ialah dengan membuat draft wawancara yang sesuai dengan teori yang akan menjadi bahan untuk mendapatkan keabsahan data yang akurat.

Analisis data adalah proses memilah data yang penting dan tidak dari data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara memisahkan datanya ke dalam kategori, menyusun ke dalam pola, dan membuat kesimpulan agar mudah di pahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Menurut Miles dan Huberman (1992:16), terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Prinsip pokok teknik analisis data kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dilakukan pengolahan data yang bersumber dari observasi maupun wawancara mendalam yang akan disajikan dalam penelitian ini. Untuk memberikan kemudahan dalam membaca penelitian ini serta mempelajarinya, maka pada bab pembahasan ini penulis akan menjawab pertanyaan yang telah di rumuskan dalam rumusan masalah sebelumnya.

A. Penggunaan Media Sosial Path Oleh Siswa

Hasil Wawancara dengan narasumber sebagai berikut:

Menurut Oki Pribadi Selaku Siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu yang aktif menggunakan media sosial Path. Seberapa sering menggunakan media sosial Path ?

"Intensitas penggunaan path setiap hari saya selalu membuka media sosial path. Apalagi dengan adanya wifi dirumah dan disekolah jadi lebih mudah untuk mengakses media sosial path"

Dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial path setiap hari terutama dengan adanya akses wifi dirumah atau di sekolah.

Kemudian lebih lanjut bertanya kepada Oki Pribadi Seberapa lama penggunaan path setiap harinya?

"Untuk penggunaan perharinya kira-kira sekitar 5 jam karena di sekolah pun saat jam istirahat saya membuka media sosial path"

Penggunaan media sosial path disekolah pun jadi meningkat karena mereka biasa mengakses juga pada jam-jam istirahat.

Kemudian menanyakan biasanya berinteraksi dengan siapa saja di Path ?

"Ya biasanya interaksinya dengan teman dekat, teman sekolah, teman rumah, teman lama dan terkadang juga teman dari teman, saya memang mencari teman baru di path"

Interaksinya pun bisa dengan siapa saja bahkan dari teman yang baru dikenal melalui sosial media sekalipun.

Kemudian menanyakan kembali Hal apa saja yang biasanya dibagikan di media sosial path ?

"Biasanya sih lebih ke curhatan dan opini mengenai sesuatu hal atau foto-foto selfie dan lokasinya lagi disuatu tempat."

Penggunaan media sosial path lebih cenderung mencari hiburan untuk mengurangi kepenatan.

Dan peneliti menanyakan kembali pernahkah melihat kata-kata atau tulisan baru yang muncul dari path ?

"Aku tau kata-kata baru kayak baper itu dari path. Awalnya aku liat teman share tulisan baper lalu aku tanya baper itu apa ternyata itu singkatan bawa perasaan"

Munculnya bahasa gaul yang baru juga bisa melalui media sosial path dari satu orang kemudian membagikan ke teman-teman media sosialnya melalui path.

Selanjutnya wawancara dilanjutkan dengan siswi Cintami, Seberapa sering menggunakan media sosial Path ?

"Setiap hari pasti mengakses media sosial path. Kalo gak buka media sosial path rasanya ada yang kurang gitu"

Penggunaan media sosial path sudah seperti candu bagi penggunanya. Apabila dalam satu hari tidak mengakses media sosial seperti ada yang aneh.

Kemudian lebih lanjut bertanya kepada Cintami, Seberapa lama penggunaan path setiap harinya ?

"Kalo setiap harinya kurang lebih sekitar 6 jam. Soalnya kalo malem dan gak ada kegiatan apa-apa aku biasanya buka path. Entah cuma liat-liat foto-foto teman atau hanya sekedar menghabiskan waktu saja."

Disimpulkan waktu senggangnya pun di habis untuk membuka sosial media path.

Kemudian menanyakan biasanya berinteraksi dengan siapa saja di Path ?

"Ya paling ke teman dekat, teman rumah, teman sekolah, kadang ada juga orang lain yang mengajak untuk berteman. Cuma aku pilih-pilih juga buat terima pertemanannya"

Kemudian menanyakan kembali Hal apa saja yang biasanya dibagikan di media sosial path ?

"Kalo aku lebih banyak ke foto selfie soalnya kalo lagi bete biasanya aku foto selfie. Kadang juga ada kata-kata yang kayaknya menggambarkan perasaan aku jadi aku bagikan juga di path."

Kebanyakan pengguna media sosial di kalangan remaja lebih kepada mencari hiburan untuk mengurangi stress.

Selanjutnya menanyakan kembali pernahkah melihat kata-kata baru yang muncul dari path ?

"Pernah kayak singkatan-singkatan baper itu aku taunya dari media sosial path terus baru aku liat di TV"

B. Dampak Positif Dan Negatif

Dalam setiap penggunaan media sosial pasti akan ada dampak positif dan negatif yang muncul. Demikian juga yang terjadi pada siswa-siswa pada SMK pasar minggu. Berikut ini adalah hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam kepada para informan mengenai dampak positif dan negatif dalam penggunaan media sosial path terhadap gaya bahasa.

Berikut ini adalah jawaban para informan ketika ditanyakan, dampak positif dan negatif yang muncul. Jawaban yang diutarakan oleh Siswa Oki Pribadi adalah sebagai berikut :

"Jika untuk dampak positifnya kita jadi lebih akrab kalo pakai bahasa-bahasa gaul. Selain itu kita jadi lebih unik kalo pake bahasa-bahasa gaul. Untuk dampak negatifnya terkadang pada saat berbicara dengan orang tua saya jadi lupa pakai bahasa gaul juga."

Pengguna media sosial terkena dampak negatif dari media sosial path sehingga terkadang lupa saat berbicara dengan orang yang lebih tua menggunakan bahasa gaul juga.

Selanjutnya bertanya kepada siswi Cintami mengenai dampak positif dan negatif penggunaan media sosial path terhadap gaya bahasa.

"Dampak positif lebih asik rasanya kalo pakai bahasa gaul pada teman sebaya terlihat akrab. Kalau untuk dampak negatifnya terbiasa pakai bahasa gaul jadi jarang pakai bahasa Indonesia yang baik dan benar."

Ketika menggunakan bahasa-bahasa dari media sosial cintami jadi lebih akrab dengan teman sebayanya tetapi karena terlalu sering menggunakan bahasa gaul, bahasa Indonesia yang baik dan benar nya jadi jarang di pakai.

Selanjutnya bertanya kepada Sri Iriani mengenai Dampak positif dan negatif media sosial path

"Dampak negatif dari siswa yang menggunakan path terhadap gaya bahasanya jadi terbiasa pakai bahasa gaul, bahasa Indonesia yang baik dan benarnya jadi jarang di pakai."

C. Pengaruh Media Sosial Path Terhadap Gaya Bahasa

Fokus dalam penelitian ini adalah pengaruh path terhadap gaya bahasa. Jika benar perubahan gaya bahasa salah satu faktor pendukungnya adalah media sosial maka perlu waspadaai juga media sosial agar penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar tetap terjaga.

Berikut ini adalah Pengaruh media sosial path terhadap gaya bahasa bagi responden yang merupakan salah satu siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu.

Informan yang pertama adalah Oki Pribadi, Oki berpendapat penggunaan tata bahasa di sosial media path bagi dirinya adalah sebagai berikut :

"Untuk penggunaan tata bahasanya sendiri di path aku pakai bahasa sehari-hari. Tidak yang terlalu formal karena teman-teman di path ku juga teman-teman sebaya. Kalo bahasa sehari-hari kayaknya lebih akrab"

Disini terlihat bahasanya sendiri pun bukan bahasa Indonesia yang baik dan benar karena di media sosial sendiri bebas menggunakan bahasa apapun.

Kemudian bertanya kembali Dengan menggunakan path apakah mempengaruhi gaya bahasa yang di pakai sehari-hari ?

"Yang aku rasain sih setiap ada kata-kata baru di path secara tidak sadar aku jadi ikut-ikutan pakai kata-kata itu."

Secara tidak sadar pengguna media sosial path jika melihat kata-kata baru yang menjadi trend di media sosial mereka jadi terbawa oleh gaya bahasa yang ada di media sosial.

Selanjutnya bertanya pada informan kedua Cintami, penggunaan tata bahasa di sosial media path bagi dirinya adalah sebagai berikut :

“Penggunaan bahasa yang di pakai di path bahasa sehari-hari saja tapi tidak alay seperti di facebook.”

Kemudian bertanya kembali apakah dengan menggunakan path mempengaruhi gaya bahasa yang di pakai sehari-hari ?

“Untuk gaya bahasanya sendiri aku di path sama kayak bahasa sehari-hari jadi tapi kalo ada kata-kata baru di Path yang lagi trend pasti aku pakai juga di kehidupan sehari-hari.”

Selanjutnya bertanya kepada informan ketiga Sri Iriani, Apakah dengan adanya path merubah gaya bahasa siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu ?

“Sejauh ini yang aku liat anak-anak gaya bahasanya masih sopan tapi terkadang ada kata-kata yang saya tidak mengerti seperti baper, nayamul dan lain-lain. Jadi gaya bahasa anak-anak pun sedikit demi sedikit pasti terpengaruh”

Banyak siswa yang menggunakan bahasa gaul dalam penggunaan media sosial Path sehingga penggunaan gaya bahasanya pun sedikit demi sedikit terpengaruh akan tetapi mereka masih tetap sopan dalam penggunaan tata bahasanya.

Berikutnya melanjutkan pertanyaan, Perlukah adanya edukasi terhadap penggunaan media sosial path terhadap gaya bahasa ?

“Perlu sekali karena seharusnya bahasa sehari-hari kita adalah bahasa Indonesia mau bagaimana pun bahasa yang baik itu adalah bahasa Indonesia yang baik dan benar.”

Penggunaan media sosial memang tidak dilarang akan tetapi harus di awasi juga karena bahasa kita adalah bahasa Indonesia yang menjadi ciri khas suatu bangsa.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mengenai intensitas penggunaan media sosial path, responden merupakan pengguna aktif media sosial path. Hal ini terbukti dari jawaban atas pertanyaan yang diajukan, yaitu responden menjawab sering menggunakan media sosial path, dan menghabiskan waktu 5-6 jam perhari. Intensitas tersebut dapat dikatakan banyak menyita waktu luang, sehingga Path dapat digolongkan sebagai komunikasi massa yang berfungsi sebagai hiburan. Situasi ini sejalan dengan Winardono yang mengatakan bahwa komunikasi masa dapat berfungsi sebagai hiburan. Yaitu media massa adalah sarana yang banyak menyita waktu luang semua golongan usia, dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga. Sifat estetikanya dituangkan dalam bentuk lagu, lirik, bunyi, gambar, dan bahasa, membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya hiburan lain.

Hasil wawancara mengenai interaksi yang dilakukan pada Path, informan menjawab interaksi yang dilakukan yaitu teman dekat, teman sekolah, teman rumah, teman lama dan terkadang juga teman dari teman, di Path. Interaksi tersebut merupakan salah satu bentuk komunikasi yang berfungsi sebagai integrasi. Yaitu menyediakan bagi kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar dapat saling kenal dan mengerti (Widjaja, 2000). Seperti yang diketahui bahwa Path merupakan salah satu media sosial. Yaitu aplikasi jejaring sosial yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain.

Kemudian pada hasil wawancara tentang hal apa saja yang dibagikan pada social media Path, responden secara keseluruhan menjawab curhatan dan opini mengenai sesuatu hal atau

foto-foto selfie dan lokasinya lagi disuatu tempat. Hal yang dibagikan ini merupakan pesan yang sebenarnya menjadi pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikasi. Penyampaian pesan dilakukan secara verbal yakni dengan menggunakan bahasa dan secara non-verbal yakni dengan menggunakan alat, isyarat, symbol, gambar atau warna untuk mendapatkan umpan balik (feedback) dari komunikasi. (Marhaeni, 2009)

Berdasarkan hasil wawancara mengenai hal atau kata-kata baru yang muncul di Path, responden menjawab menemukan kata-kata baru seperti "baper". Sebagai salah satu media sosial, pesan atau hal yang dibagikan dapat bersifat bebas. Sehingga pengguna path cenderung menggunakan istilah-istilah baru yang merupakan hasil ide atau gagasan yang kemudian menjadi *trend* atau contoh. Karena pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang.

Dari informasi responden yang diperoleh, penggunaan media sosial oleh siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu menggunakan media sosial path untuk berinteraksi dengan teman sekolah maupun teman lama. Bahasa yang dipakai di media sosial sendiri menggunakan gaya bahasa sehari-hari. Media sosial mendorong perubahan gaya bahasa pada siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu secara tidak sadar.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut diatas, sudah jelas bahwa bagaimana Path mempengaruhi gaya bahasa pada siswa, bahwa Path merupakan jenis komunikasi masa yang berfungsi hiburan, selain itu Path juga memiliki fungsi integrasi. Hal lain yang menjadikan Path memiliki pengaruh terhadap penggunaan gaya bahasa adalah bahwa hal yang dibagikan berupa pesan yang sebenarnya menjadi pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku

komunikasi. Disamping itu, Path merupakan jejaring sosial yang menjadi wadah interaksi atau komunikasi mempunyai beberapa pengaruh atau efek yang dapat menyangkut pengetahuan, mengubah sikap dan menggerakkan perilaku kita diantaranya adalah Efek kognitif, Efek afektif, dan Efek behavioral. Oleh karena itu Path merupakan salah satu media sosial, pesan atau hal yang dibagikan dapat bersifat bebas.

Dampak positif dari penggunaan media sosial terhadap gaya bahasa pada siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu :

- a. Menggunakan bahasa gaul membuat akrab dengan sebaya pada saat berkomunikasi
- b. Lebih menarik ketika berkomunikasi dengan teman menggunakan bahasa gaul.

Dampak negatif dari penggunaan media sosial path terhadap gaya bahasa pada siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu :

- a. Bahasa Indonesia yang baik dan benar untuk berkomunikasi jadi jarang terpakai.
- b. Bisa terjadi salah komunikasi pada saat berkomunikasi dengan orang yang tidak menggunakan sosial media.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu penulis menarik kesimpulan :

1. Intensitas penggunaan path pada siswa kelas 12 di SMK Pasar Minggu cukup mempengaruhi munculnya bahasa gaul baru.
2. Dampak positif penggunaan media sosial path terhadap gaya bahasa membuat anak-anak remaja lebih akrab ketika menggunakan bahasa gaul.

3. Dampak negatif penggunaan media sosial path terhadap gaya bahasa membuat anak-anak jarang menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar.
4. Untuk mengatasi dampak negatif media sosial path, peran siswa SMK Pasar minggu sangat diperlukan. Mengurangi intensitas penggunaan media sosial path tetapi yang paling penting adalah kesadaran dari siswa itu sendiri dalam menggunakan media sosial path.

Melihat hal seperti ini, yang harus dilakukan cara khusus yakni pembinaan kepada siswa kelas 12 SMK Pasar Minggu agar mereka lebih bijak dalam menggunakan media sosial path agar budaya berbahasa Indonesia yang baik dan benar tetap terjaga.

B. Saran

- a. Siswa
Sebaiknya para siswa dapat menggunakan media sosial path secara bijak dengan cara memilah penggunaan tata bahasa yang baik dan benar.
- b. Sekolah
Sebaiknya diadakan pembinaan dari atau sosialisasi terhadap siswa agar nantinya mereka mengerti bagaimana dampak negatif dari media sosial. Sehingga nantinya, diharapkan siswa dapat menyadari dan mengerti kewajibannya.
- c. Orang Tua
Sebaiknya orang tua selalu mengawasi, menasehati, serta mendampingi anaknya mengenali karakteristik layanan teknologi informasi yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Kaplan M, Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Paris, Prancis.
- Edmund Husserl. 1966. *Cartesian Meditation*, (The Hague Martinus Nijhoff).
- Effendy, Uchjana Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Gorys Keraf. 2008. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hurlock, E. 1992. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (terjemahan: Istiwijayanti dan Soedjarwo). Erlangga, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Miles, B.B., dan A.M. Huberman. 1992. *Analisa Data Kualitatif*. UI Press, Jakarta.
- Owen, Papalia. 2004. *Human development*. McGraw Hill Company, Inc, Boston.
- Purnama, Hadi. 2011. *Media Sosial*, Jakarta
- Rakhmat, Jalaluddin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Santrock, John. 2003. *Adolescence, 6th Edition* (terjemahan: Aledar dan Saragih). Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV.Afabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV.Afabeta, Bandung

- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi. Media* Pressindo, Yogyakarta.
- Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Rineka Cipta.
- Winardono, S. 2006. *Matikan TV Mu Teror Media Televisi di Indonesia*. ResistBook, Yogyakarta