

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Landasan Teori

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan model komunikasi antarpribadi pada Komunitas *Solo Hijabers* terhadap pembentukan konsep diri serta eksistensi diri mereka dimata masyarakat. Heyan Pranata (2008) meneliti tentang Model Komunikasi Interpersonal wanita karier dalam mewujudkan keluarga harmonis dan membina anak yang berkuallitas di perumahan Fajar Indah Surakarta, peneliti menemukan banyaknya fenomena sosial yang terjadi di masyarakat,salah satunya semakin terbukanya kesempatan mencari pekerjaan bagi wanita yang berkeluarga. Waktu yang tersedia untuk berkomunikasi dan berkumpul dengan keluarga di rumah cenderung berkurang. Penelitian ini bertujuan untuk memahami model komunikasi interpersonal wanita karier dalam mewujudkan keluarga harmonis dan membina anak yang berkualitas di perumahan Fajar Indah Surakarta. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian ini adalah ditemukannya dua model komunikasi interpersonal wanita karier dalam keluarga yaitu model komunikasi interaksional dan model komunikasi ABX. Kedua model tersebut bertujuan untuk mewujudkan keluarga harmonis dan membina anak yang berkualitas.

Tawangsari Anindya Jati (2009) melakukan penelitian tentang Model Komunikasi dan pembentukan konsep diri (studi deskriptif kualitatif mengenai model komunikasi pembimbing dalam proses pembentukan konsep diri pada klien di balai rehabilitas sosial “KARTINI” Tawangmanggu). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model komunikasi yang diterapkan pembimbing dan untuk

mengelompokkan model komunikasi efektif yang digunakan pembimbing dalam proses pembentukan konsep diri pada klien.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini adalah proses pembentukan konsep diri yang positif pada klien di Balai Rehabilitasi Sosial “KARTINI” Tawangmangu melalui tiga tahap pelayanan rehabilitasi sosial, yaitu tahap awal, tahap pelaksanaan dan tahap akhir. Proses pelayanan rehabilitasi sosial terdiri dari beberapa bentuk bimbingan antara lain : bimbingan fisik, mental, sosial, keterampilan dan karakter. Pembimbing menggunakan dua model komunikasi yaitu Model Komunikasi pertama efektif untuk membentuk konsep diri positif pada klien dengan masalah ringan seperti putus sekolah, suka *nongkrong*, atau anak yang bermalas-malasan, dan Model Komunikasi kedua efektif bagi klien dengan masalah khusus seperti berasal dari keluarga *broken home*, suka mabuk-mabukan, pengamen jalanan dan sebagainya.

Dari pemaparan tentang penelitian terdahulu tersebut, lebih menekankan bagaimana cara melakukan komunikasi yang baik dalam halnya membentuk keluarga yang harmonis dan adanya model komunikasi yang efektif untuk sebuah tempat rehabilitasi yang memiliki bermacam-macam sifat dari anak didiknya. Sedangkan dalam penelitian ini lebih menekankan pada suatu komunitas, yaitu bagaimana suatu proses komunikasi antar pribadi yang terjalin dalam sebuah komunitas untuk menjaga eksistensi serta hubungan yang harmonis untuk sesama anggota ataupun para pengurus yang ada di komunitas tersebut .

2.1.2. Pengertian Komunikasi

Menurut Lasswell dalam Mulyana (2009), komunikasi memiliki lima unsur yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: Pertama, sumber (*source*) sering disebut pengirim, penyandi, komunikator,

pembicara, atau originator. Sumber adalah pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, atau perusahaan. Kedua, pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan dari sumber. Ketiga, saluran atau media, yakni alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Keempat, penerima, sering juga disebut sasaran, tujuan, komunikator (*communicate*), penyandi-balik, khalayak, pendengar, penafsir, yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaannya, penerima pesan menafsirkan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang diterima menjadi gagasan yang dapat dipahami. Proses inilah yang dinamakan penyandian-balik (*decoding*). Kelima, efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, seperti halnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku (Mulyana, 2009:69-71).

2.1.2.1. Komunikasi Verbal

Verbal simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol tersebut yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. (Hidayat, 2012;10).

2.1.2.2. Komunikasi Nonverbal

Nonverbal merupakan pesan-pesan yang diekspresikan dengan sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan-gerakan, tindakan-tindakan, perilaku atau suara-suara yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa verbal. Komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan tanpa kata-kata dan

komunikasi nonverbal memberikan arti pada komunikasi verbal. komunikasi nonverbal menggunakan pesan-pesan nonverbal, istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis, komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan namun, dalam kenyataannya kedua jenis komunikasi ini saling menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. (Hidayat, 2012:14). Komunikasi verbal ataupun nonverbal juga merupakan bagian dari komunikasi antarpribadi, pesan verbal dan nonverbal tersebut dijadikan sebagai pelengkap ataupun penyeimbang dari komunikasi antarpribadi. Bahasa nonverbal muncul sebelum adanya bahasa verbal. *Teoretikus kontemporer* mengatakan bahwa bahasa adalah ekstensi perilaku sosial, dalam hal ini tanpa terkecuali pada komunikasi antarpribadi (Mulyana, 2009:263).

2.1.3. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi Antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan *feedback* yang langsung. Barnuld (1968) menyimpulkan bahwa ada beberapa karakteristik komunikasi antar pribadi, yaitu terjadi secara spontan, tidak mempunyai struktur yang diatur dan mengatur, terjadi secara kebetulan, tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu, dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaannya kadang-kadang kurang jelas dan bisa terjadi sambil lalu (Hidayat, 2012:42-43).

Para pakar komunikasi membuat konsep tentang komunikasi antarpribadi, menurut Devito (1976) komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang mempunyai hubungan yang jelas diantara mereka. Barnuld (1968), komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan

dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan feedback yang berlangsung. Komunikasi antarpribadi selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis dan proses psikologis yang mengakibatkan keterpengaruhan. Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek umpan balik langsung. Komunikasi antarpribadi dianggap efektif untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku manusia dengan prosesnya yang dialogis (Hidayat,2012:41-42).

2.1.4. Model-Model Komunikasi

Model komunikasi kurang lebih adalah replica, kebanyakan sebagai model diagramatik dari dunia nyata. Oleh karena itu komunikasi bersifat dinamis. Penggunaan model berguna untuk mengidentifikasi unsur-unsur komunikasi dan bagaimana unsur-unsur tersebut berhubungan. Sejauh ini terdapat ratusan model komunikasi yang telah dibuat para pakar, kekhasan suatu model komunikasi juga dipengaruhi latar belakang keilmuan (pembuat) model tersebut, paradigm yang digunakan, kondisi teknologis, dan semangat zaman yang melingkunginya. Berikut adalah beberapa model-model komunikasi menurut para ahli, diantaranya (Mulyana,2009:143-174).

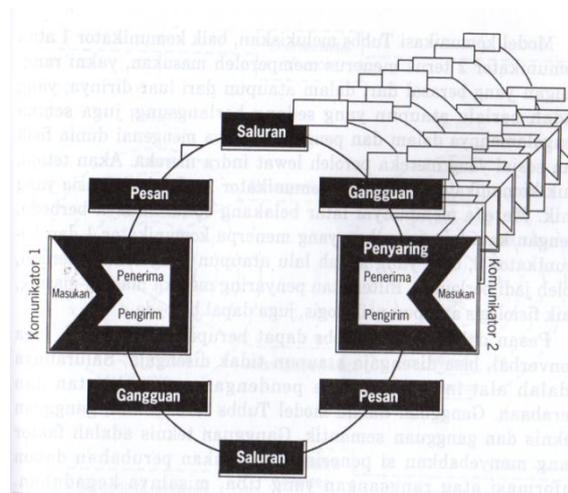
2.1.4.1. Model Komunikasi Tubbs

Model ini menggambarkan komunikasi paling mendasar, yaitu komunikasi dua arah (diadik). Model komunikasi Tubbs sesuai dengan konsep komunikasi sebagai transaksi, yang mengasumsikan kedua peserta komunikasi sebagai pengirim dan juga penerima pesan. Saat kita berbicara (mengirimkan pesan), sebenarnya kita juga mengamati perilaku mitra bicara kita dan kita bereaksi terhadap perilakunya yang kita lihat. Prosesnya bersifat timbal balik atau saling mempengaruhi, proses komunikasi juga berlangsung spontan dan serentak. Karena itu dapat dilihat bahwa kedua peserta komunikasi

disebut komunikator satu dan komunikator dua, penggunaan nomor satu atau dua tersebut sebenarnya hanya pemberian nama dan tidak otomatis, berarti bahwa komunikator satu sebagai pihak yang memiliki inisiatif pertama untuk mengirimkan pesan, dan komunikator dua sebagai penerima pesan untuk pertama kalinya. Hal tersebut untuk mempermudah pemahaman serta mengkonseptualisasikan komunikasi. Komunikasi dapat dimulai oleh komunikator satu ataupun komunikator dua, namun dalam kenyataannya kedua orang tersebut mengirim dan menerima pesan sepanjang waktu, sehingga dapat diartikan sebagai komunikator satu dan komunikator dua. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi merupakan suatu proses yang sinambung tanpa ada awal dan juga akhir, komunikasi yang terjadi dalam kehidupan manusia tanpa ada struktur sehingga kedua peran tersebut (komunikator satu dan komunikator dua) saling tumpang tindih.

Model komunikasi Tubbs melukiskan baik komunikator satu ataupun komunikator dua terus menerus memperoleh masukan, yakni rangsangan yang berasal dari dalam ataupun dari luar dirinya yang sudah berlalu ataupun sedang berlangsung, juga semua pengalamannya dalam dan pengetahuannya mengenai dunia fisik dan sosial yang mereka peroleh lewat indra mereka. Pesan dalam model Tubbs dapat berupa pesan verbal ataupun nonverbal, bisa disengaja ataupun tidak disengaja. Salurannya adalah alat indra, terutama pendengaran, penglihatan dan perabaan. Gangguan dalam model Tubbs terbagi menjadi dua, gangguan teknis dan semantik. Gangguan teknis adalah faktor yang menyebabkan penerima merasakan perubahan dalam informasi atau rangsangan yang tiba, gangguan semantik adalah pemberian makna yang

berbeda atas lambang yang disampaikan pengirim. Berikut gambar tentang Model Komunikasi Tubbs :



Gambar 2.1

Model Komunikasi Tubbs
Sumber : (Mulyana,2009:167)

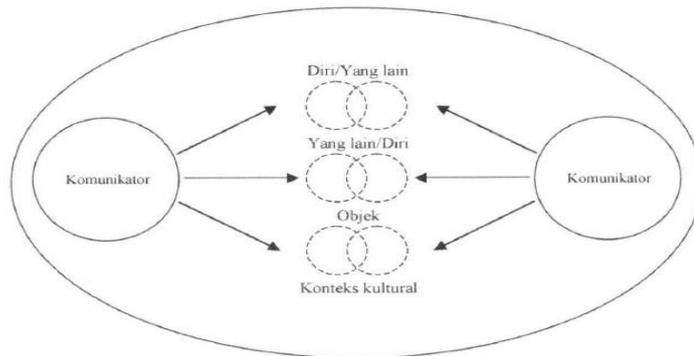
2.1.4.2. Model Komunikasi Interaksional

Model interaksional merujuk pada model komunikasi yang dikembangkan oleh ilmuwan sosial yang menggunakan perspektif interaksi simbolik, model interaksional sulit untuk digambarkan dalam model diagramatik, sebab karakternya yang kualitatif, nonsistemik, dan nonlinier. Model verbal lebih sesuai digunakan untuk melukiskan model ini, model interaksional tidak mengklasifikasikan fenomena komunikasi menjadi berbagai unsur atau fase dalam model-model komunikasi yang linier atau mekanistik.

Komunikasi digambarkan sebagai pembentukan makna (penafsiran atas pesan atau perilaku orang lain) oleh para peserta komunikasi (komunikator). Beberapa konsep penting yang digunakan adalah diri (*self*), diri yang lain (*other*), simbol, makna, penafsiran, dan tindakan. Dalam konteks ini Blumer mengemukakan tiga premis yang menjadi dasar model

ini. Pertama, manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan individu terhadap lingkungan sosialnya (simbol verbal, simbol nonverbal, lingkungan fisik). Kedua, makna berhubungan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan individu dengan lingkungan sosialnya. Ketiga, makna diciptakan, dipertahankan, dan diubah lewat proses penafsiran yang dilakukan individu dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya, oleh karena itu individu dan masyarakat berubah melalui interaksi. Jadi interaksi dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia bukan struktur masyarakat, struktur tercipta dan berubah karena interaksi manusia.

Fisher menjelaskan bahwa peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain (*role-taking*). Diri (*self*) berkembang lewat interaksi dengan orang lain, dimulai dengan lingkungan terdekatnya seperti keluarga (*significant others*) dalam suatu tahap yang disebut tahap permainan (*play stage*) dan berlanjut hingga ke lingkungan luas (*generalized others*) dalam suatu tahapan yang disebut tahap pertandingan (*game stage*) dalam interaksi itu individu selalu melihat dirinya melalui perspektif (peran) orang lain, maka konsep diri tumbuh berdasarkan bagaimana orang lain memandang diri individu tersebut. Berikut gambar Model Komunikasi Interaksional :



Gambar 2.2

Model Komunikasi Interaksional

Sumber : (Mulyana, 2009:173)

2.1.4.3. Model Komunikasi Stimulus - Respon

Model stimulus – respons adalah model komunikasi mendasar, model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi khususnya yang beraliran behavioristik, model tersebut menggambarkan hubungan stimulus – respon. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana, model stimulus – respons mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan, tulisan), isyarat nonverbal, gambar, dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberika respons dengan cara tertentu, proses ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek, setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) berikutnya.

Model stimulus – respons mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses khususnya yang berhubungan dengan faktor manusia, secara implisit ada asumsi dalam stimulus – respons bahwa perilaku manusia dapat diramalkan. Komunikasi dianggap statis manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan

kehendak, keinginan, atau kemauan bebasnya. Berikut gambar Model Komunikasi Stimulus – Respons :



Gambar 2.3

Model Komunikasi Stimulus – Respons

Sumber : (Mulyana, 2009:143)

2.1.4.4. Model Komunikasi ABX

Theodore Newcomb (1953) dalam Mulyana (2009), memandang komunikasi perspektif psikologi-sosial, modelnya mengingatkan dengan diagram jaringan kelompok yang dibuat para psikolog sosial dan merupakan formulasi awal mengenai konsistensi kognitif. Model ABX menggambarkan bahwa seseorang, A, menyampaikan informasi kepada orang lain, B, mengenai sesuatu, X.

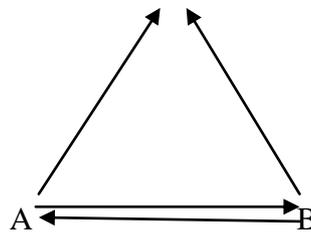
Model tersebut mengasumsikan bahwa orientasi A (sikap) terhadap B dan terhadap X saling bergantung, dan ketiganya merupakan suatu sistem yang terdiri dari empat orientasi. Diantaranya adalah :

1. Orientasi A terhadap X, yang meliputi sikap terhadap X sebagai objek yang harus didekati atau dihindari dan atribut kognitif (kepercayaan dan tatanan kognitif)
2. Orientasi A terhadap B, dalam pengertian yang sama
3. Orientasi B terhadap X
4. Orientasi B terhadap A

Dalam model stimulus – respon komunikasi adalah cara lazim dan efektif yang memungkinkan orang-orang mengorientasikan diri terhadap lingkungan mereka, ini adalah suatu model tindakan komunikatif dua orang yang disengaja. Model ini mengisyaratkan bahwa setiap sistem mungkin

ditandai oleh keseimbangan kekuatan dan bahwa setiap perubahan dalam bagian manapun dari sistem tersebut akan menimbulkan tekanan internal untuk memulihkan keseimbangan. Simetri dimungkinkan karena seseorang A yang siap menghitung perilaku seseorang lainnya B, simetri juga mengesahkan orientasi seseorang terhadap X. Ini merupakan cara lain untuk mengatakan bahwa kita memperoleh dukungan sosial dan psikologis bagi orientasi yang kita lakukan. Jika B yang dihargai menilai X dengan cara yang sama seperti kita, kita cenderung lebih menyakini orientasi kita. Makna kita berkomunikasi dengan orang yang kita hargai mengenai objek, peristiwa, orang, dan gagasan. Berikut gambar Model Komunikasi ABX :

X



Gambar 2.4

Model Komunikasi ABX

Sumber : (Mulyana, 2009:154)

Dari penjelasan di atas tentang beberapa model komunikasi, penelitian ini akan menggunakan dua model komunikasi yaitu, model komunikasi Tubbs dan model komunikasi Interaksional. Dalam model komunikasi Tubbs menggambarkan proses komunikasi yang terjalin antara beberapa orang tanpa adanya penunjukan komunikator dan juga komunikan, dimana kedua belah pihak ini sama-sama menjadi komunikator serta saling memberikan informasi dalam komunikasi yang mereka lakukan. Proses komunikasi yang terjalin secara

berkesinambungan tanpa ada awal dan juga akhir. Sehingga proses komunikasi ini dapat digunakan dalam penelitian pada suatu komunitas *SoloHijabers*, dalam keberlangsungan komunitas ini anggota dan juga pengurus saling bertukar informasi tanpa batasan mengenai apa saja yang mereka ketahui tentang komunitas *Solo Hijabers*. Dalam model komunikasi Interaksional peserta komunikasi adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawi melalui interaksi sosial melalui pengambilan peran orang lain. Diri berkembang melalui interaksi dengan orang lain, mulai dari lingkungan terdekat dalam suatu tahapan permainan yang berkembang hingga lingkungan luas dalam tahapan pertandingan. dalam interaksi tersebut individu selalu melihat dirinya melalui perspektif orang lain, maka konsep diri tumbuh berdasarkan bagaimana orang lain memandang diri individu tersebut. Dengan demikian model Interaksional ini dapat digunakan dalam penelitian komunitas *SoloHijabers*, karena sifatnya yang mendalam dapat saling mengenal antara satu anggota dengan anggota yang lain dan juga mampu membentuk konsep diri bagi anggotanya tersebut. Melalui komunikasi yang terjalin di dalamnya, baik komunikasi verbal ataupun nonverbal. Komunikasi verbal mencakup percakapan secara lisan serta komunikasi nonverbal yang meliputi gaya hijab, *tutorial* hijab, tata rias dan lain-lain. Melalui apa yang dipakai anggota *SoloHijabers* ini memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat serta memiliki ciri khas masing-masing.

2.1.5. Fungsi Komunikasi Sosial

Mulyana (2009) menjelaskan bahwa fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial, setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi

penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk keberlangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan, antara lain melalui komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Di antara fungsi komunikasi sosial yaitu :

1. Pembentukan Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa diperoleh melalui informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Konsep diri dipengaruhi oleh keluarga dan orang-orang dekat lainnya di sekitar kita, termasuk kerabat. Selain keluarga orang-orang di luar keluarga bahkan media massa juga mempunyai andil mengenai pembentukan konsep diri.

Dalam teori komunikasi yaitu teori Johari Window yang merupakan wilayah dari teori komunikasi antarpribadi, membagi sifat dan perilaku manusia dalam empat area yaitu pertama, *open area* atau area terbuka, kita dan orang lain sama-sama mengetahui kelebihan dan kekurangan, kedua, *blind area* atau area buta, di mana kita tidak mengetahui kelebihan dan kekurangan, tetapi orang lain mengetahuinya, ketiga, *hidden area* atau area tersembunyi, di mana kita menyembunyikan kelebihan dan kekurangan dari orang lain. Biasanya orang yang termasuk di area ini adalah orang yang tertutup, keempat, *unknown area* atau area yang tidak diketahui oleh kita dan orang lain juga tidak mengetahuinya. Posisi ideal adalah kita berada pada *open area*, terbuka dengan orang lain sehingga dapat mengetahui konsep diri kita dan orang lain.

2. Pernyataan Eksistensi Diri

Manusia melakukan komunikasi bertujuan untuk menunjukkan dirinya eksis, inilah yang disebut aktualisasi diri atau eksistensi diri. Dengan berkomunikasi kita ingin mengatakan dan

memperlihatkan kepada orang lain bahwa saya ada dan bisa. Eksistensi ini bertujuan agar orang lain mengetahui dan mengakui keberadaannya. Sudah menjadi kebutuhan manusia bahwa manusia membutuhkan rasa ingin disayangi, dimiliki, dan diakui oleh orang lain, langkah utama dalam menunjukkan eksistensi diri adalah melalui komunikasi. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri sering terlihat pada saat seminar, diskusi, kelompok diskusi dan juga dinyatakan oleh para anggota Dewan perwakilan Rakyat (DPR).

3. Keberlangsungan Hidup, Memupuk Hubungan, Memperoleh Kebahagiaan

Manusia berkomunikasi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan biologis dan kebutuhan psikologis, komunikasi dalam bentuk apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Perilaku komunikasi pertama yang dipelajari manusia berasal dari sentuhan orang tua sebagai respon atas upaya bayi untuk memenuhi kebutuhan, manusia tidak bisa jika tidak berkomunikasi. Melalui komunikasi kita dapat memenuhi kebutuhan emosional dan meningkatkan kesehatan mental, secara emosional manusia dituntut untuk memupuk perasaan-perasaan positif dan mencoba menetralkan perasaan negatif, sedangkan komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman, dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain (Hidayat,2012:24-29).

Untuk memperoleh kesehatan emosional harus memupuk perasaan positif dan mencoba menetralkan perasaan negatif, orang yang tidak memperoleh kasih sayang dari orang lain akan mengalami kesulitan untuk meletakkan perasaan tersebut kepada orang lain. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman, dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.pesan yang

diperbincangkan mungkin hal yang remeh, namun pembicaraan itu membuat mereka merasa senang. Para psikolog menunjukkan bahwa banyak perilaku manusia dimotivasi oleh kebutuhan untuk menjaga keseimbangan emosional atau mengurangi ketegangan internal dan rasa frustrasi. Dengan komunikasi tersebut berfungsi sebagai mekanisme untuk menunjukkan ikatan sosial dengan pihak yang bersangkutan, bisa menjadi sahabat, teman, kerabat, mantan dosen dan sebagainya (Mulyana,2009:18-19).

2.1.6. Komunikasi sebagai Dakwah Islamiah

Agama berasal dari *a* yang berarti tidak dan *game* berarti kacau, agama sama dengan tidak kacau. Orang-orang yang beragama mengharapkan hidupnya tidak kacau. Antony Gidden dalam (Aripudin,2012) mendefinisikan agama sebagai seperangkat simbol, yang membangkitkan perasaan takzim dan khidmat, secara terkait dengan berbagai ritual maupun upacara yang dilaksanakan oleh komunitas pemeluknya (Aripudin,2012:84). Islam berasal dari kata *aslama* artinya pasrah, tunduk, dan patuh kepada Allah. Inti ajaran Islam adalah kepasrahan penuh kepada Allah SWT. Sumber ajaran Islam secara umum meliputi Al-qur'an, hadist atau sunah dan ijtihad (Aripudin,2012:85).

Al-qur'an adalah merupakan contoh konkrit bagaimana Allah selalu berkomunikasi dengan hambanya melalui wahyu. Selain itu Rasulullah SAW selalu berkomunikasi dengan keluarga, sahabat, dan umatnya. Komunikasi beliau sudah terkumpul dalam ratusan ribu hadits yang menjadi penguat, penjelas al-qur'an sebagai petunjuk bagi kehidupan manusia. Komunikasi dalam al-qur'an dinilai sangat penting, karena adanya kewajiban berda'wah atau menyampaikan ajaran ketuhanan itu sendiri, sehingga al-qur'an harus selalu dikomunikasikan kepada umat manusia (<http://repository.uinjkt.ac.id>).

Dakwah (*da'a – yad'u – da'watan*) adalah seruan, ajakan, atau panggilan, yakni menyampaikan seruan islam , mengajak dan memanggil umat manusia agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup islam (Q.S. An-Nahl:125). Dakwah dapat pula diartikan sebagai upaya terus-menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia menyangkut pikiran (*fikrah*), perasaan (*syur'ur*), dan tingkah laku (*suluk*) yang membawa mereka pada jalan allah (*Islam*), sehingga terbentuk sebuah masyarakat Islam (*al-mujtama' al-Islami*) (Romli, 2003:5-6).

Kultur umat Islam dalam berdakwah selama ini lebih menonjolkan cara *bil-lisan*, orasi atau pidati di atas mimbar. Bahkan ketika da'i berdakwah di media elektronik (televisi dan radio) mereka lebih mengedepankan dialog, gaya mengobrol, atau interaktif (Romli,2003:9).

Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Al-qur'an dan sunnah. Dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan (<http://fokusid.wordpress.com>). Adapun tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga pesan yang disampaikan tersebut terjadi perubahan sikap dan perilaku yang diharapkan, sedangkan tujuan dari komunikasi dakwah mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap atau tingkah laku sesuai dengan ajaran agama Islam (<http://fokusid.wordpress.com>).

2.1.7. Komunikasi Sebagai Fashion

2.1.7.1. Etimologi dan Definisi Pakaian dan Fashion

Etimologi berkaitan dengan asal-usul dan perkembangan makna kata. Etimologi kata *fashion* berasal dari kata latin *factio* yang artinya membuat atau melakukan. Arti *fashion* mengacu pada kegiatan, *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini yang memaknai *fashion* sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. *Fashion* bisa saja dipandang sebagai sinonim dengan kata cara atau perilaku yang familiar bagi kita dalam ungkapan bahasa Prancis, *facon de parler* yang artinya cara bicara. Sebagai kata kerja *fashion* memiliki arti kegiatan membuat atau melakukan, ini mungkin berarti bahwa orang jangan menggunakan kata tersebut sebagai kata kerja sesering mereka menggunakannya sebagai kata benda (Ibrahim, 2011:13).

2.1.7.2. Fashion, Pakaian, Komunikasi dan Budaya

Fashion dan pakaian adalah bentuk komunikasi nonverbal karena tidak menggunakan kata-kata lisan atau tertulis. Menurut Fiske, ada dua mazhab utama dalam studi komunikasi, yang masing-masing mengikuti definisi umum komunikasi sebagai interaksi sosial melalui pesan, yang masing-masing mazhab itu memahami definisi tersebut dengan sedikit berbeda. Komunikasi dipandang sebagai perkara pengiriman pesan. Namun, komunikasi tidak sesederhana itu, untuk memahami *fashion* dan pakaian sebagai komunikasi tidak cukup hanya dengan memahami komunikasi sebagai sekadar pengiriman pesan. Komunikasi sebagai pengiriman dan penerimaan pesan yang dilakukan kedua mazhab digambarkan oleh Fiske untuk memahami komunikasi. Dua mazhab komunikasi ini ada untuk lebih rinci

direkomendasikan untuk mempelajari karya Fiske (Ibrahim, 2011:39).

Mahzab pertama atau model komunikasi disebut sebagai proses, karena komunikasi dipandang sebagai suatu proses di mana seseorang menyatakan sesuatu pada orang lain dengan menggunakan satu atau lebih saluran dengan beberapa efeknya. Dari sisi ini, garmen yang merupakan salah satu butir dari *fashion* atau pakaian menjadi saluran yang dipergunakan seseorang untuk menyatakan sesuatu pada orang lain dengan maksud mendorong terjadi perubahan pada orang lain. Melalui garmen itulah seseorang bermaksud mengkomunikasikan pesannya kepada orang lain.

Mahzab atau model komunikasi yang kedua berbeda dari yang pertama. Model kedua ini disebut model semiotika atau strukturalis, dimana komunikasi membuat individu menjadi anggota suatu komunitas, komunikasi sebagai interaksi sosial melalui pesan membuat individu menjadi anggota suatu kelompok. Bukan anggota suatu kelompok yang berkomunikasi dengan anggota kelompok lain, melainkan lebih dipandang sebagai komunikasi di antara individu-individu yang pertama-tama membuatnya menjadi anggota suatu kelompok budaya (Ibrahim, 2011:41-42).

2.1.7.3. Fungsi Fashion dan Pakaian

Menurut Flugel, pakaian mungkin bisa dipandang sebagai pelindung tubuh dan jiwa. Pakaian melindungi tubuh mulai dari panas, dingin, kecelakaan tak terduga hingga tempat olahraga berbahaya, musuh manusia atau hewan, dan bahaya-bahaya fisik atau psikologis. Bahaya psikologis ini cukup banyak, termasuk di antara semua badan magis dan spiritual yang dicegah dengan bantuan jimat dan perlengkapan magis lainnya. Bahaya moral pun bisa dihindarkan dengan

menggunakan pakaian tebal, berwarna gelap, dan keras seperti kebiasaan para biarawan. Ini bisa saja merupakan perasaan yang sama yang dimunculkan oleh butir-butir pakaian, pakaian tidak benar-benar melindungi dari kecelakaan lalu lintas atau niat jahat orang lain, namun butir-butir itu membuat orang merasa terlindungi. Hal tersebut mengandung konsep penting bahwa ini merupakan kebutuhan dasar manusia sehingga pakaian menjadi satu *respons cultural*. Salah satu masalahnya adalah perbedaan budaya melahirkan perbedaan respons terhadap kebutuhan-kebutuhan tersebut (Ibrahim, 2011:73).

Kesopanan dan penyembunyian, hal-hal yang berkaitan dengan kesopanan merupakan alasan utama untuk mengenakan pakaian. Argumen untuk kesopanan beredar diseperti ide bahwa bagian tubuh tertentu adalah tak senonoh atau memalukan dan hendaknya ditutupi sehingga tidak kelihatan. Seperti yang ditunjukkan Flugel, kristianitas mengajarkan bahwa memberi perhatian pada perawatan dan keindahan tubuh adalah merugikan keselamatan jiwa, dan salah satu cara terbaik untuk mengalihkan perhatian dari tubuh adalah menyembunyikannya. Maka menyembunyikan tubuh melalui sarana pakaian jadi berasosiasi dengan hasrat untuk menghindari rasa berdosa dan malu. (Ibrahim,2011:75).

Ketidaksopanan dan daya tarik, orang menegaskan bahwa tugas pakaian adalah untuk menarik perhatian pada tubuh dan bukan untuk mengalihkan atau menolak perhatian itu. Argumen kesopanan menekankan bahwa gerak menuju kemanusiaan yang penuh atau tepat dipenuhi dengan mengenakan pakaian, sedangkan argumen tentang ketidaksopanan menekankan pada gerak menuju status menyerupai binatang yang dipenuhi dengan mengenakan pakaian. (Ibrahim,2011:79).

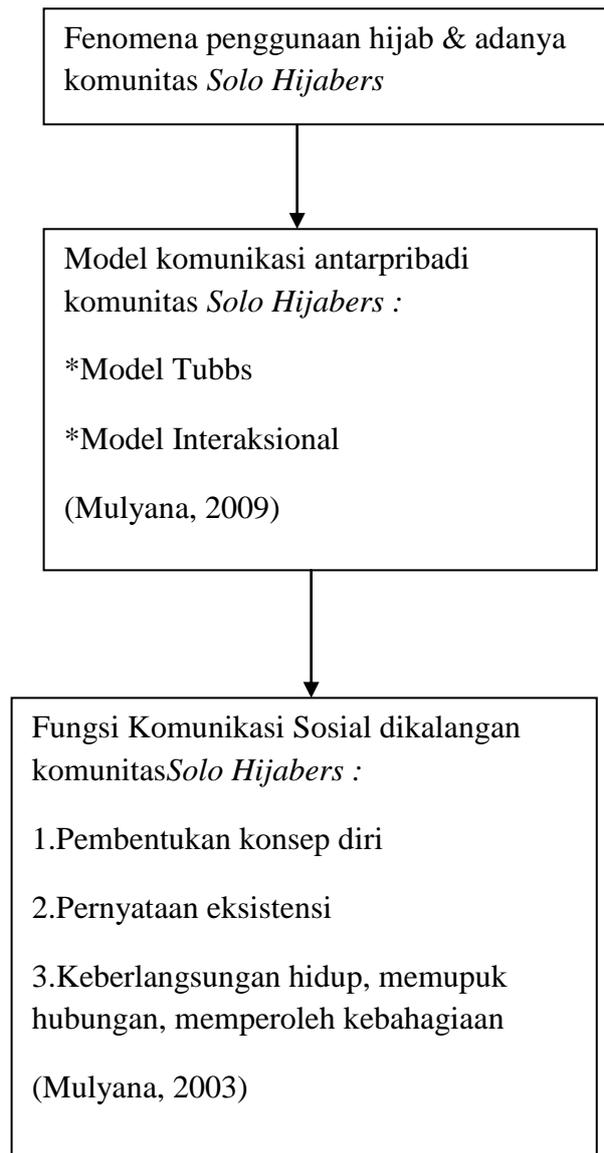
Komunikasi, Roach dan Eicher menunjukkan bahwa *fashion* dan pakaian secara simbolis mengikat satu komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang akan dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri yang pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya. Fungsi mempersatukan *fashion* dan pakaian berlangsung untuk mengomunikasikan keanggotaan suatu kelompok maupun bukan. (Ibrahim,2011:83).

Ekspresi individualistik, membeli dan memakai pakaian baru makin banyak yang didokumentasikan dengan baik seolah-olah kelihatannya membuat lebih banyak orang yang kecanduan pada perasaan yang diperolehnya saat mereka mengenakan sesuatu yang baru. Perasaan tersebut bisa saja ditingkatkan oleh keunikan atau kesenangan dalam menunjukkan penampilan yang berbeda pada dunia, dan tidaklah sukar untuk memahami daya tarik perasaan seperti itu pada orang-orang tertentu. (Ibrahim,2011:84).

Sub bab mengenai komunikasi sebagai *fashion* ini bukan sebagai teori utama yang akan dipakai oleh penulis dalam penelitian ini, melainkan akan dipakai penulis untuk menambah kajian pada pembahasan mengenai pembentukan Konsep Diri.

2.1.8. Kerangka Pemikiran

Untuk memperjelas alur penelitian yang akan dilakukan, maka kerangka gambar dasar pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.5

Kerangka Pemikir

Pertama peneliti akan mencari tahu tentang adanya fenomena penggunaan hijab pada masyarakat muslim khususnya di daerah Solo yang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Fenomena tersebut dapat dilihat dari adanya gaya penampilan wanita muslim yang bertransformasi menjadi seorang wanita yang *trendy* dan juga anggun, hal tersebut muncul karena adanya suatu komunitas *Solo Hijabers* yang hadir pada kehidupan masyarakat muslim di Solo saat ini sehingga mampu membuat warna baru dalam busana muslim. Dengan fenomena komunitas *Hijabers* ini proses komunikasi yang berlangsung di dalamnya akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan beberapa model komunikasi, yakni model komunikasi Tubbs dan juga model komunikasi Interaksional. Dari kedua model komunikasi tersebut akan dilihat model komunikasi sesuai dengan komunitas tersebut. Dengan menggunakan model komunikasi yang sesuai dengan komunitas *Solo Hijaber* tersebut, proses komunikasi antar pribadi yang berlangsung dapat menjalankan beberapa fungsi komunikasi sosial di dalamnya yang meliputi: pembentukan konsep diri, pernyataan eksistensi, dan keberlangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan yang terjalin di kalangan komunitas *SoloHijabers*.