

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka meliputi pernyataan-pernyataan umum yang dirumuskan oleh peneliti dengan menggunakan gaya bahasa pribadi. Isi kajian tersebut memaparkan inti dari sebuah pemikiran secara ringkas, objektif, dan kritis, serta menjelajahi keterkaitannya dengan teori-teori yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Ridwan, AM, Ulum & Muhammad, 2012).

Oleh karena itu, kajian pustaka ini menunjukkan inovasi dalam topik penelitian tentang Makna Penggunaan Warna Ungu Sebagai Simbol Komunikasi Nonverbal (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Makna Penggunaan Warna Ungu Sebagai Identitas Bagi Civitas Akademika Fakultas Komunikasi dan Informasi Universitas Garut).

2.1.1. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1.1. Penelitian Dalam Perspektif 1

Deky Nova Aliyanto, Sinta Kumala Sari. (2019). Makna Warna Merah Dalam Tradisi Etnis Tionghoa Sebagai Jembatan Komunikasi Untuk Memperkenalkan Makna Darah Yesus. Jurnal Gamaliel. Vol 1, No 2, September 2019. STT Gamaliel Surakarta. DOI: <https://doi.org/10.38052/gamaliel.v1i2.39>.

Penelitian terdahulu ini berangkat dari perspektif iman Kristen yang mengajarkan bahwa Allah menghendaki seluruh orang, termasuk Etnis Tionghoa di Indonesia yang hidup dalam kasihnya lewat karya penebusan Kristus di kayu

salib. Dalam budaya Etnis Tionghoa, warna merah tidak dapat dilepaskan karena memiliki arti penting. Sementara itu dalam konteks iman Kristen, warna merah melambangkan darah Yesus. Penelitian ini memiliki tujuan menggali makna warna merah pada tradisi Etnis Tionghoa, sehingga bisa dipakai oleh umat Kristen sebagai penghubung komunikasi untuk mengenalkan makna darah Yesus bagi Etnis Tionghoa.

Dalam penelitian terdahulu ini, diterapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis interaktif dan kontekstualisasi. Sumber data yang digunakan antara lain Alkitab dan berbagai literatur seperti buku, artikel, sumber dari internet, serta data tertulis lain yang sesuai dengan isu atau topik penelitian.

Hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa tradisi Etnis Tionghoa yang melibatkan penggunaan warna merah, khususnya yang berkaitan dengan konsep keselamatan mempunyai kesamaan makna dengan teologis darah Yesus yang berwarna merah dalam kepercayaan Kristen. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa makna warna merah dalam tradisi Etnis Tionghoa bisa dipakai sebagai alat komunikasi oleh umat Kristen agar membantu menjelaskan arti penting darah Yesus bagi Etnis Tionghoa.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti adalah dari konteks studi, di mana penggunaan warna dikaitkan dengan aspek keagamaan, sementara peneliti lebih ke aspek akademis. Sementara persamaan penelitian terdahulu ini dengan peneliti lebih ke metode penelitian, keduanya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif serta berfokus pada makna dan simbol yang terkait dengan warna (Aliyanto & Sari, 2019).

2.1.1.2. Penelitian Dalam Perspektif 2

Lisa Septia Dewi Br. Ginting, Rosmilan Pulungan. (2019). Makna Warna Dalam Uis Karo. Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian. Vol. 2 No.2. Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan. ISSN: 2621-5284.

Penelitian terdahulu ini mengungkap makna Uis Gara atau Uis Adat Karo, sebuah pakaian adat yang merupakan bagian penting dari kebudayaan suku Karo di Sumatera Utara. Uis Gara terdiri dari tiga warna utama yaitu merah, hitam, serta aksan benang emas dan perak yang masing-masing memiliki makna simbolis yang dalam. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis makna dari setiap warna yang terdapat pada Uis Karo.

Penelitian terdahulu ini menggunakan literatur semiotika dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sementara metode pengumpulan data melibatkan teknik kepustakaan, dengan data yang diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi langsung dari sumber aslinya, sedangkan untuk data sekunder ialah informasi yang sudah ada sebelumnya.

Adapun, hasil penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa makna dan simbolisme dalam Uis Karo memiliki kaitan yang erat dengan alam dan kepercayaan suku Karo yang dipenuhi dengan nilai-nilai religius. Misalnya warna merah pada Uis Karo berarti keberanian, sedangkan warna hitam melambangkan jiwa seorang pemimpin.

Perbedaan dari penelitian ini ialah terlihat lebih spesifik dengan fokus pada makna warna dalam konteks Uis Karo. Hal ini menunjukkan penelitian yang lebih

terbatas pada suatu budaya atau tradisi tertentu. Sedangkan yang peneliti lakukan melibatkan pemahaman warna ungu sebagai identitas yang menjadi simbol dari Fkominfo Uniga. Adapun yang menjadi persamaan dari penelitian ini ialah berkaitan dengan makna warna yang menjadi sebuah identitas walaupun dalam aspek yang berbeda (Br.Ginting & Pulungan, 2019).

2.1.1.3. Penelitian Dalam Perspektif 3

Moch. Faishol Fuady. (2017). Pergeseran Makna Warna *Pink* dari Maskulinitas Menjadi Femininitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970. Jurnal Desain Interior. Vol. 2 No.2, Desember, pISSN 2527-2853, eISSN 2549-2985. Institut Teknologi Bandung. DOI: <http://dx.doi.org/10.12962/j12345678.v2i2.3546>.

Penelitian terdahulu ini mengangkat fenomena global mengenai asosiasi warna *pink* dan femininitas, meskipun masyarakat pada umumnya melihat warna *pink* sebagai simbol femininitas. Sejarah mencatat tiga kali mengalami transformasi makna warna di Amerika Serikat antara tahun 1940-1970an. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh perang dunia I dan II, kemajuan ekonomi, dan gerakan sosial seperti feminisme. Tujuan dari penelitian ini untuk memetakan dan menganalisis evolusi makna warna *pink* antara tahun 1940-1970.

Penelitian terdahulu ini memakai kajian metode *historis* dengan pendekatan sosial yang memfokuskan dan menekankan pada konstruksi sosial yang muncul lewat perubahan kondisi dan perilaku sosial.

Hasil yang telah di analisis dalam penelitian terdahulu ini mengungkapkan bahwa pergeseran penggunaan warna *pink* terbentuk akibat perilaku persaingan

gender dalam masyarakat. Interaksi sosial yang terbentuk akibat perubahan sosial di Amerika Serikat memainkan peran kunci dalam pergeseran tersebut.

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu lebih berorientasi pada perubahan sosial dan budaya yang melibatkan pergeseran makna warna *pink* dalam konteks maskulinitas dan femininitas di masyarakat. Sedangkan yang peneliti lakukan lebih menitik beratkan pada pemahaman makna warna ungu dalam konteks komunikasi akademik dengan identitas yang lebih spesifik, yaitu identitas bagi civitas akademika Fkominfo Uniga. Sedangkan untuk persamaannya ialah bagaimana warna ini dapat mempengaruhi identitas dan persepsi publik (Fuady, 2017).

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Dalam Perspektif 1**Makna Warna Merah Dalam Tradisi Etnis Tionghoa Sebagai Jembatan Untuk Memperkenalkan Makna Darah Yesus**

No.	Item	Penelitian 1
1.	Nama, Tahun, Judul, Instansi, dan Kota	Deky Nova Aliyanto, Sinta Kumala Sari. (2019). Makna Warna Merah Dalam konteks budaya Etnis Tionghoa Sebagai Jembatan Komunikasi Untuk Memperkenalkan Makna Darah Yesus. STT Gamaliel. Surakarta.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki makna warna merah dalam tradisi Etnis Tionghoa, sehingga bisa dipakai umat Kristen sebagai jembatan komunikasi dalam memperkenalkan makna darah Yesus untuk Etnis Tionghoa.
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif
4.	Teori	Analisis Interaktif dan Kontekstualisasi
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan tradisi Etnis Tionghoa dengan warna merah yang berkaitan dengan keselamatan memiliki kesamaan dengan makna teologi darah Yesus berwarna merah dalam iman Kristen. Berdasarkan temuan ini, bahwa makna warna merah pada Etnis Tionghoa digunakan sebagai alat komunikasi untuk umat Kristen dalam menjelaskan arti penting darah Yesus bagi Etnis Tionghoa.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Adapun perbedaan dengan skripsi peneliti adalah dari konteks studi, di mana penggunaan warna dikaitkan dengan aspek keagamaan, sementara peneliti lebih ke aspek akademis. Adapun, untuk metode penelitian keduanya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif serta berfokus pada makna dan simbol yang terkait dengan warna.
7.	Kritik	Penelitian ini menekankan sudut pandang Kristen pada tradisi warna merah dalam Etnis Tionghoa, sehingga keberpihakan pada sudut pandang agama Kristen dapat membatasi pandangan yang lebih objektif. Seharusnya ada usaha lebih lanjut untuk mengatasi potensi bias keagamaan dengan menelusuri pandangan non-Kristen dalam Etnis Tionghoa.

Tabel 2.2
Matriks Penelitian Dalam Perspektif 2
Makna Warna Dalam Uis Karo

No.	Item	Penelitian 2
1.	Nama, Tahun, Judul, Instansi, dan Kota	Lisa Septia Dewi, Br. Ginting, Rosmilan Pulungan. (2019). Makna Warna Dalam Uis Karo. Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah. Medan.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk tujuan dalam penelitian ini ialah untuk menganalisis serta menggali makna warna pada Uis Karo.
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif
4.	Teori	Literatur Semiotika
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan makna dan simbolisme yang terkandung dalam Uis Karo memiliki kaitan yang erat dengan alam serta kepercayaan pada suku Karo yang sarat dengan nilai-nilai religi. Misalnya warna merah pada Uis Karo berarti keberanian, sedangkan warna hitam melambangkan jiwa seorang pemimpin.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dari penelitian ini ialah terlihat lebih spesifik dengan fokus pada makna warna dalam konteks Uis Karo. Hal ini menunjukkan penelitian yang lebih terbatas pada suatu budaya atau tradisi tertentu. Sedangkan yang peneliti lakukan melibatkan pemahaman warna ungu sebagai identitas yang menjadi simbol dari Fkominfo Uniga. Adapun yang menjadi persamaan dari penelitian ini ialah berkaitan dengan makna warna yang menjadi sebuah identitas walaupun dalam aspek yang berbeda.
7.	Kritik	Kritik bisa diajukan terkait dengan penyamarataan makna warna dalam Uis Karo karena variasi makna bisa berbeda-beda di antara sub kelompok suku atau keluarga di suku Karo. Alangkah baiknya penelitian lebih mempertimbangkan keragaman internal di dalam suku Karo agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait makna warna dalam Uis Karo.

Tabel 2.3

Matriks Penelitian Dalam Perspektif 3**Pergeseran Makna Warna *Pink* dari Maskulinitas Menjadi Femininitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970**

No.	Item	Penelitian 3
1.	Nama, Tahun, Judul, Instansi, dan Kota	Moch. Faishol Fuady. (2017). Pergeseran Makna Warna <i>Pink</i> dari Maskulinitas Menjadi Femininitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970. Institut Teknologi Bandung. Bandung.
2.	Tujuan Penelitian	Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memetakan dan menganalisis transformasi makna warna <i>pink</i> antara tahun 1940-1970.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Sosial
4.	Teori	<i>Historis</i>
5.	Hasil Penelitian	Hasil analisa dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa pergeseran penggunaan warna <i>pink</i> diakibatkan perilaku persaingan gender dalam masyarakat, yaitu interaksi sosial menjadi dampak adanya perubahan sosial yang terjadi di Amerika Serikat.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu lebih berorientasi pada perubahan sosial dan budaya yang melibatkan pergeseran makna warna <i>pink</i> dalam konteks maskulinitas dan femininitas di masyarakat. Sedang yang peneliti lakukan lebih menitik beratkan pada pemahaman makna warna ungu dalam konteks komunikasi akademik, yaitu identitas bagi civitas akademika Fkominfo Uniga. Sedangkan untuk persamaannya ialah bagaimana warna ini dapat mempengaruhi identitas dan persepsi publik
7.	Kritik	Penelitian dapat lebih mendetail dengan menelusuri peran industri mode dan media massa dalam perubahan persepsi warna <i>pink</i> . Beberapa penelitian tambahan atau sumber referensi terkait dengan respons masyarakat pada perubahan ini bisa memperkuat argumen yang diajukan dalam penelitian.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ialah hasil penggabungan fakta, observasi, dan telaah literatur dalam sebuah penelitian. Dengan demikian, kerangka tersebut mengandung teori, prinsip atau konsep yang menjadi landasan untuk melakukan penelitian. Dalam hal ini, variabel penelitian dianalisis secara mendalam dan sesuai dengan topik yang diteliti, sehingga bisa menjadi dasar dalam memberikan solusi atas pertanyaan penelitian (Nurdin & Hartati, 2019).

2.2.1. Kerangka Teoretis

Kerangka teoretis adalah deskripsi yang memandang teori pokok menjadi dasar (*grand theory*) untuk menerangkan fenomena yang diteliti. Kerangka teori bermaksud memberi gambaran komprehensif atau batasan-batasan terkait teori yang digunakan sebagai fondasi penelitian. Adanya Kerangka teoretis menjadi acuan yang menuntun penelitian dalam mendeskripsikan serta menguraikan dasar konseptual yang dipakai dalam menganalisa fenomena yang diteliti (Tanjung & Mulyani, 2021).

Dengan demikian, kerangka teoretis pada penelitian ini akan dipaparkan sebagai berikut:

2.2.1.1. Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.2.1.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan proses interaksi yang melibatkan partisipasi aktif individu dalam berbagai aspek kehidupan manusia, dilihat dari segi biologis. Namun dalam konteks penyebaran informasi dan tujuan tertentu, komunikasi seringkali menemui hambatan yang dapat mempengaruhi kelancarannya. Situasi

di mana komunikasi memiliki dampak yang signifikan pada perkembangan dan kelangsungan proses komunikasi itu sendiri. Faktor-faktor seperti lingkungan sosial, hubungan antara komunikator (pembawa pesan) dan audiens (penerima pesan), semuanya adalah bagian integral pada sistem sosial yang lebih besar (Nurhadi, 2017).

Sementara itu, pengertian komunikasi menurut para pakar dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Menurut West dan Turner, komunikasi ialah proses sosial di mana individu memakai simbol supaya mewujudkan dan menggambarkan makna dalam lingkungan.
2. Komunikasi dalam pandangan Lasswell merupakan proses yang merinci siapa yang berbicara, isi pesan, cara penyampaian, audiens yang dituju, serta dampak yang dihasilkan. Siapa yang mengatakan dalam saluran apa dengan efek apa.
3. Menurut Effendy, komunikasi ialah proses untuk menyampaikan pikiran atau perasaan dari satu individu (komunikator) kepada individu lainnya (komunikan). Pikiran ini dapat berupa berbagai perasaan, gagasan, opini, dan informasi yang berasal dari pemikiran mereka.
4. Roger mengartikan komunikasi sebagai proses di mana ide disampaikan dari satu sumber ke satu penerima atau lebih dengan tujuan mengubah perilaku mereka.
5. Pandangan Hovland terkait komunikasi merupakan proses yang kemungkinan seseorang (komunikator) agar mengirimkan rangsangan,

biasanya dalam bentuk verbal dengan tujuan mengubah perilaku lain (komunikate) (Sihabuddin & Hamidah, 2022).

2.2.1.1.2. Fungsi Komunikasi

Komunikasi mengaitkan lebih dari sekadar pertukaran informasi dan pesan, ini mencakup aktivitas personal dan kelompok dalam bertukar informasi, gagasan, fakta, dan data. Dalam konteks ini, beberapa fungsi yang melekat dalam proses komunikasi di antaranya sebagai berikut:

1. Fungsi pertama: Fungsi informasi seperti mengumpulkan, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan berita, pesan, pendapat, gambar, atau komentar yang diperlukan agar memahami dan membuat keputusan yang tepat tentang lingkungan dan orang lain.
2. Fungsi kedua: Tujuan sosialisasi melibatkan penyediaan sumber daya pengetahuan yang memungkinkan individu untuk bertindak secara efektif dalam masyarakat. Hal itu membuat individu menyadari peran sosial mereka serta berpartisipasi aktif dalam bermasyarakat.
3. Fungsi ketiga: Fungsi motivasi untuk mendeskripsikan tujuan masyarakat jangka pendek dan jangka panjang. Mendorong orang agar membuat pilihan dan keputusan, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok mengarah ke tujuan bersama.
4. Fungsi keempat: komunikasi juga melibatkan argumentasi dan diskusi, termasuk bertukar fakta untuk mencapai kesepakatan atau mengatasi perbedaan pendapat dalam masalah publik. Ini juga melibatkan

penyediaan bukti yang relevan untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam isu-isu umum.

5. Fungsi kelima: Pendidikan merupakan bagian penting dari komunikasi, memungkinkan transfer pengetahuan untuk mengembangkan kecerdasan, karakter, keterampilan serta keahlian yang diperlukan dalam berbagai dimensi kehidupan.
6. Fungsi keenam: Komunikasi berperan dalam memajukan kehidupan dengan menyebarkan hasil budaya dan seni, menjaga warisan budaya, mengembangkan budaya dengan memperluas pandangan, merangsang imajinasi, dan mendukung kreativitas dan apresiasi estetika.
7. Fungsi ketujuh: Hiburan adalah bagian dari komunikasi melalui penyebaran sinyal, gambar, simbol, dan suara. Hal ini terwujud dalam bentuk drama, seni, tari, sastra, olahraga, atau hiburan musik, baik untuk individu maupun kelompok.
8. Fungsi kedelapan: Integrasi melibatkan pemberian peluang kepada masyarakat, kelompok, dan individu untuk menerima berbagai pesan, sehingga memungkinkan saling memahami, menghormati, dan memahami pandangan dan keinginan orang lain (Nurhadi, 2017).

2.2.1.1.3. Tujuan Komunikasi

Manusia sering kali terlibat dalam interaksi sosial dengan masyarakat sehingga disebut sebagai makhluk sosial dan berbudaya. Interaksi ini sangat bergantung pada pertukaran informasi, dan di sinilah peran ilmu komunikasi muncul dengan tujuan:

1. Pastikan pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh orang lain, seorang komunikator yang efektif memiliki kemampuan untuk menjelaskan secara baik dan menyeluruh kepada penerima pesan dalam memastikan pemahaman dan penyampaian pesan yang dimaksud.
2. Bisa memahami orang lain, komunikator perlu benar-benar memahami aspirasi dan keinginan orang, bukan hanya memaksakan pandangan pribadi.
3. Agar ide diterima oleh orang lain, komunikator perlu berupaya mengkomunikasikan ide tersebut dengan pendekatan persuasif, dari pada menggunakan pendekatan memaksakan.
4. Mendorong orang lain untuk bertindak, hal ini penting untuk melakukannya dengan cara yang baik dan efektif. Memastikan bahwa dorongan tersebut memberikan dampak positif tanpa merugikan orang lain (Nurhadi, 2017).

2.2.1.1.4. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam konteks bahasa komunikasi, tampak bahwa ada beberapa unsur dan faktor yang termasuk dan menjadi syarat terjadinya komunikasi. Unsur-unsur atau komponen komunikasi ini meliputi:

1. Sumber (*source*), sumber adalah elemen dasar yang digunakan dalam mengirimkan pesan dengan maksud untuk memperkuat isi pesan. Sumber dapat berupa individu, lembaga dan sastra. Kredibilitas sumber perlu diperhatikan, apakah itu baru, lama atau sementara. Kesalahan dalam

memilih narasumber dapat berakibat pada hasil komunikasi yang tidak setimpal dengan yang diharapkan.

2. Komunikator (*communicator*), seorang komunikator dapat berupa individu yang berkomunikasi lewat menulis, sekelompok orang, atau media komunikasi seperti surat kabar, televisi, radio, dan film. Komunikator mentransmisikan informasi, begitu pun terkadang peran komunikator dan komunikan dapat saling bertukar.
3. Pesan (*message*), pesan ialah semua informasi yang disampaikan komunikator. Pesan tersebut harus memiliki inti atau tema yang mengarahkan upaya perubahan sikap dan perilaku komunikan. Pesan harus tetap relevan dengan tujuan komunikasi. Cara penyampaian pesan dapat secara langsung atau melalui media.
4. Saluran (*channel*), saluran komunikasi digunakan untuk menyampaikan informasi agar diterima lewat pancaindra atau media. Komunikasi bisa melalui jalur resmi (*formal*) atau tidak resmi (*informal*). Saluran *formal* mengikuti hierarki organisasi dari atas ke bawah.
5. Komunikan (*communican*), komunikan adalah pihak yang menerima pesan dan dapat berupa individu, kelompok, atau massa. Komunikasi berhasil tergantung pada kesesuaian pesan dengan pengetahuan dan pengalaman penerima pesan. Pesan harus sesuai dengan latar belakang pengalaman penerima pesan.
6. Hasil (*effect*), hasil akhir dari proses komunikasi ialah perubahan sikap dan perilaku komunikan sesuai atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan

oleh komunikator. Jika sikap orang tersebut memiliki kesesuaian, maka hal itu menunjukkan keberhasilan dalam komunikasi.

7. Umpan balik (*feedback*), masukan dari komunikator yang menyampaikan pesan menjadi komunikan ketika ia menerima tanggapan dari komunikan, ini disebut umpan balik. Umpan balik penting karena menunjukkan keberhasilan atau kegagalan dalam komunikasi (Nurhadi, 2017).

2.2.1.1.5. Prinsip Komunikasi

Prinsip-prinsip komunikasi dijelaskan dengan berbagai cara oleh para pakar komunikasi. Terkadang, mereka memakai istilah berbeda untuk menunjuk pada prinsip komunikasi. Misalnya, William B. Gudykunst dan Young Yun Kim menyebutnya sebagai asumsi komunikasi, sementara Cassandra L. Book, E. Bradley, Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Sarah Trenholm, dan Arthur Jensen menyebutnya karakteristik komunikasi. Namun, inti dari prinsip-prinsip komunikasi itu meliputi:

1. Komunikasi sebagai proses simbolik

Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah penggunaan simbol, manusia membedakan dirinya dengan makhluk lain melalui penggunaan simbol-simbol yang merupakan ciri-ciri sebagai *animal symbolicus*.

2. Setiap perilaku adalah potensi komunikasi

Komunikasi dapat terjadi ketika makna diberikan kepada perilaku, baik perilaku orang lain maupun perilaku sendiri. Hal ini membuktikan manusia terlibat dalam proses komunikasi.

3. Dimensi isi dan dimensi relasi dalam berkomunikasi

Isi pesan disampaikan secara verbal, sedangkan hubungan antar peserta komunikasi disampaikan secara nonverbal. Isi menginformasikan pesan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan interpretasi pesan.

4. Derajat pertimbangan yang berbeda dalam komunikasi

Komunikasi terjadi dalam berbagai tingkat kesengajaan, dimulai dari tindakan komunikasi yang tidak disengaja hingga tindakan komunikasi yang direncanakan.

5. Konteks ruang dan waktu dalam komunikasi

Makna pesan dipengaruhi dengan adanya konteks fisik, sosial, waktu, serta dalam konteks psikologis yang turut memainkan peranan dalam proses komunikasi.

6. Prediksi peserta komunikasi dalam komunikasi

Peserta komunikasi memprediksi respons terhadap perilaku komunikasinya. Dalam hal lain, komunikasi terikat dengan mematuhi aturan atau norma aturan.

7. Karakter sistemik dalam komunikasi

Individu ialah suatu sistem kehidupan yang terdiri atas komponen-komponen yang saling berkaitan termasuk dimensi jasmani dan rohani.

8. Keterkaitan sosial budaya dalam efektivitas komunikasi

Komunikasi yang efektif itu ialah yang melibatkan pencocokan hasil dan sesuai dengan harapan pesertanya.

9. Sifat nonsekuensial dalam komunikasi

Sebetulnya dalam bentuk dasarnya, komunikasi manusia bersifat dua arah, walaupun model umumnya itu umumnya linier.

10. Sifat komunikasi yang prosesual, dinamis, dan transaksional

Komunikasi adalah suatu proses yang berkesinambungan tanpa awal atau akhir yang melibatkan interaksi yang kompleks.

11. Irreversibilitas dalam komunikasi

Perilaku itu merupakan sebuah peristiwa. Dalam hal ini, merupakan perilaku yang berlangsung dan tidak dapat diubah atau diambil alih.

12. Bukan sebagai solusi segala permasalahan komunikasi

Meskipun masalah komunikasi sering menimbulkan konflik, komunikasi bukanlah solusi tunggal untuk masalah struktural (Mulyana, 2019).

2.2.1.1.6. Jenis Komunikasi

Adapun untuk jenis-jenis dalam komunikasi ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal mengacu pada semua bentuk penggunaan simbol-simbol yang semacam kata-kata atau lebih dalam berkomunikasi. Bahasa bisa dianggap sebagai contoh utama dari sistem kode verbal. Bahasa diartikan sebagai kumpulan simbol-simbol yang memiliki aturan-aturan agar disusun secara berkelompok serta digunakan oleh suatu masyarakat dan dapat dipahami oleh mereka.
2. Komunikasi nonverbal mengacu pada proses komunikasi yang melibatkan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Istilah “nonverbal” umumnya

mencakup segala bentuk interaksi komunikasi yang tidak diucapkan atau ditulis. Meskipun dalam teori komunikasi, komunikasi verbal dan nonverbal dapat dibedakan. Akan tetapi dalam praktiknya, kedua jenis komunikasi ini saling tumpang tindih dan melengkapi dalam interaksi sehari-hari (Ngalimun, 2021).

2.2.1.2. Tinjauan Jurnalistik

Secara etimologis istilah “jurnalistik” dapat ditelusuri dari kata “*journal*”. Dalam bahasa Prancis, “*journal*” memiliki makna catatan atau laporan harian. Secara sederhana, jurnalistik bisa dikatakan sebagai kegiatan yang terkait dengan pencatatan atau laporan pemberitaan sehari-hari. Oleh karena itu, jurnanisme tidak hanya terbatas pada pers dan bukan juga terkait media massa. Jurnanisme sebenarnya merupakan aktivitas yang memungkinkan pers atau media massa beroperasi dan terkenal (Sumadira, 2014).

Adapun berikut definisi jurnalistik menurut beberapa ahli dapat diringkas sebagai berikut:

1. Menurut Onong Uchjana Effendy, jurnalistik adalah kegiatan mengolah laporan berita harian yang menarik minat masyarakat dengan melibatkan pengalaman langsung di lapangan dan penyebarluasannya kepada masyarakat.
2. A.W. Widjaja mengartikan jurnalistik sebagai kegiatan komunikasi yang melibatkan penyiaran berita dan ulasan mengenai peristiwa aktual dan faktual sesuai dengan kejadian dalam kehidupan sehari-hari.

3. Kustandi Suhandang memandang jurnalistik sebagai penulisan berita yang bertujuan untuk memuaskan keingintahuan masyarakat. Ini merupakan seni dan keahlian jurnalis dalam mencari, mengumpulkan, menyusun, mengolah, dan menyajikan berita yang terjadi pada kehidupan sehari-hari.
4. Astrid S Susanto mengartikan jurnalistik sebagai pemberitaan dan penyebaran informasi tentang kejadian sehari-hari (Febriana, 2022).

2.2.1.3. Tinjauan Teori Fenomenologi

Fenomenologi pada dasarnya ialah meninjau segala bentuk fenomena yang ada di dunia, terlebih pada kesadaran manusia. Fenomena ini menarik sebab hadir dalam setiap kesadaran manusia dengan aspek “hadir dan menghadirkan”. Adapun kata “fenomena” berawal dari bahasa Yunani “*phainomenon*” yaitu yang terlihat, serta dapat diartikan sebagai kejadian atau peristiwa yang bisa dirasakan dan dilihat. Hal ini menyatakan bahwa fenomena bisa diartikan dan dicermati sebagai bagian esensial dari kehidupan manusia (Rorong, 2020).

Tujuan utama fenomenologi ialah untuk meninjau cara manusia mengalami fenomena lewat pikiran, kesadaran, dan tindakan, serta bagaimana fenomena ini mempunyai nilai atau diterima dari sudut pandang estetis. Fenomenologi berusaha untuk menangkap bagaimana manusia menggambarkan makna dan konsep-konsep inti dalam situasi interaksi sosial. Konsep tersebut sangat bergantung pada kesadaran bersama yang muncul dari hubungan individu dengan orang lain. Meskipun makna yang diwujudkan bisa terpantau dalam

perbuatan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan. Namun, dalam proses ini tetap saja ada pengaruh substansial dari interaksi dengan orang lain (Kuswarno, 2013).

Stanley Deetz menetapkan tiga prinsip dasar fenomenologis yang di antaranya sebagai berikut:

1. Pengetahuan bisa didapati secara langsung lewat pengalaman sadar. Bagaimana kita memahami dunia saat terlibat aktif dalam pengalaman tersebut.
2. Makna suatu objek tergantung bagaimana objek itu mempengaruhi kehidupan seseorang. Cara kita berkomunikasi dengan objek tersebut dapat membentuk maknanya.
3. Bahasa yang berfungsi sebagai alat mencurahkan dan merinci makna. Kita menjalani dunia lewat penggunaan bahasa yang dipakai untuk mengungkapkan dan mendefinisikan pemahaman dalam dunia tersebut (Nurhadi, 2015).

2.2.1.3.1. Fenomenologi Alfred Schutz

Alfred Schutz lahir di Wina tepatnya tahun 1899 serta merupakan seorang filsuf terkenal dari masa akhir kekaisaran Austro-Hungaria. Sebagaimana beberapa figur lainnya seperti Ludwig Wittgenstein, Karl Popper, Sigmund Freud, Edmund Husserl, dan Franz Brentano. Latar belakang Schutz berasal dari budaya yang kaya. Dia satu-satunya anak Yahudi dalam keluarga Austria kelas menengah ke atas serta mempunyai ibu yang berpengaruh. Pendidikannya diawali di Gimnasium klasik tepatnya di Wina, di mana ia mengembangkan minat dalam bermusik.

Schutz mengejar studi filosofis serta dalam waktu tiga tahun mendapatkan gelar doktor pada bidang filsafat hukum dari Universitas Wina. Awalnya ia tertarik pada ekonomi utilitas-marginal, namun keinginannya beralih ke sosiologi interpretatif (*verstehende*) yang dikenalkan oleh Max Weber. Walaupun usaha awalnya untuk menghubungkan ilmu sosial dengan filsafat tidak memberikan hasil, pada akhir tahun 1920-an bersama temannya Felix Kaufmann, ia fokus pada studi fenomenologi lewat karya-karya Edmund Husserl seperti “*Vorlesungen zur phänomenologie des inneren zeitbewusstseins*” (1928) dan “*Formale und transzendente logik*” (1929). Inilah saat ketertarikan Schutz pada fenomenologi dimulai dan tetap berlanjut.

Selaku seorang filsuf, Alfred Schutz tersohor karena pandangannya yang humanis pada ilmu sosial. Ia menghargai praktik ilmiah dan berupaya mengklasifikasikan ilmu-ilmu tersebut. Salah satu keterlibatannya ialah dalam metodologi ilmu dengan penekanan pada sains empiris dan sosiologi interpretatif. Karya-karyanya menandakan bagaimana filsafat bisa sebagai bagian integral dari ilmu budaya serta bisa diartikan lewat acuan fenomenologi.

Pendekatan pada fenomenologi mirip dengan pandangan Husserl mengenai “fenomenologi konstitutif yang berasal dari pengungkapan diri yang dialami”. Schutz pula menghubungkan fenomenologi dengan praktik ilmu budaya serta bertanya kepada para ilmuwan dalam mengartikan pekerjaan mereka. Sehingga membantu menerapkan fenomenologi dalam konteks ilmu pengetahuan. Pendekatannya dapat disebut “*gentle prescriptivism*” yang diterima dengan baik dalam berbagai disiplin ilmu yang terkait dengan dunia sosiokultural.

Schutz dikenal sebagai “*phenomenological sociologist*” sebab fokusnya pada fenomenologi dalam menelaah konstruksi makna dalam objek-objek sosiokultural sehari-hari. Ia pula mengajar filsafat ilmu sosial, mengaitkan fenomenologi dengan pemahaman objek dalam konteks kehidupan sehari-hari. Pendekatan Schutz dalam fenomenologi yaitu lebih rasional dan mengarah pada interaksi, membangun interpretasi makna. Ia memandang fenomenologi sebagai landasan yang cukup untuk sainsnya.

Inti dari pemikiran Schutz ialah mengenai bagaimana menyusun makna dalam dunia sosial dan budaya lewat interaksi individu. Dalam pendekatannya mengarah ke pembentukan dunia dalam “*lifeworld*” yang dipahami sebagai konteks di mana makna dapat terbentuk. Karya Schutz adalah contoh analisis filosofis mengenai sains, dimulai dari refleksi atas praktek ilmiah yang terkait dengan objek-objek yang ada serta menghubungkannya dengan pendekatan fenomenologis (Rorong, 2020).

1) Motif

Motif adalah dorongan dalam diri manusia yang muncul karena adanya kebutuhan yang perlu dipenuhi. Istilah motif ini berasal dari kata latin yaitu *movere* yang berarti bergerak. Oleh sebab itu, motif dapat diartikan sebagai kekuatan dalam organisme yang mendorong mereka untuk bertindak atau berfungsi sebagai kekuatan pendorong. Motif juga mencakup segala rangsangan, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menuntunnya untuk melakukan sesuatu.

Pada hakikatnya semua tingkah laku manusia memiliki motif, bahkan perilaku yang disebut refleksif atau terjadi secara otomatis memiliki tujuan tertentu. Walaupun tujuan tersebut mungkin tidak selalu disadari manusia. Motif manusia dapat beroperasi baik secara sadar ataupun tidak sadar. Motif manusia meliputi dorongan, keinginan, hasrat, dan kekuatan motivasi lain yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Motif-motif tersebut memberikan tujuan dan arah perilaku (Salim, 2023).

Motif ialah sebuah konsep yang meliputi seluruh dorongan, alasan, atau faktor yang membawa seseorang untuk melakukan perbuatan tertentu. Aktivitas manusia pada dasarnya didukung oleh motif tertentu serta secara sadar atau tidak sadar motif-motif tersebut bisa berfungsi baik dalam kehidupan manusia. Adapun, Allfred Schutz menghadirkan dua sebutan motif yang di antaranya ialah sebagai berikut:

- a) Motif untuk (*in order to motives*), mengarah pada dorongan untuk memperoleh tujuan atau hasil di masa depan. Motif ini meliputi rencana, maksud, minat, dan harapan yang difokuskan pada aspirasi atau pencapaian di masa mendatang. Ketika seseorang mempunyai motif dalam melakukan sebuah perbuatan, pertanyaan yang kerap dan sering muncul ialah bagaimana mereka bisa berhasil menggapai tujuan tersebut. Motif ini bisa menjadi pendorong atau penggerak yang kuat dalam mempertahankan kehidupan, karena manusia terarah pada pencapaian yang didambakan di masa depan.

b) Motif karena (*because motives*), ini berkaitan dengan aktivitas yang dilandaskan pada kejadian di masa lampau. Dalam hal ini, manusia memperhitungkan pengetahuan sebelumnya mengenai sebab atau akibat dari aktivitas sebelumnya. Motif tersebut muncul karena manusia cenderung terdorong dan teringat oleh pengalaman dari masa lalunya yang sudah membentuk diri mereka. Dengan kata lain, motif karena melibatkan perenungan atas akibat dari aktivitas sebelumnya, serta seseorang bisa menggunakan pengalaman masa lalunya sebagai acuan dalam membuat suatu keputusan di masa kini (Kuswarno, 2013).

2.2.1.3.2. Fenomenologi Edmund Husserl

Edmund Husserl (1859-1938) dianggap sebagai bapak penggagas fenomenologi dan mempunyai pengaruh kuat dalam mengembangkan landasan filsafat, ilmu, dan metode fenomenologi. Ia menghadirkan konsep fenomenologi sebagai pendekatan filosofis yang difokuskan pada wawasan mendalam mengenai realitas lewat pengalaman subjektif. Husserl menyesuaikan istilah-istilah dari tradisi filosofis sebelumnya seperti *epoche*, *eidos*, *hyle*, *noema*, dan *noesis*.

Dalam gagasannya, Husserl memakai istilah-istilah ini untuk membangun kerangka kerja fenomenologi dan menerapkannya pada berbagai aspek kehidupan manusia. Ia meninjau konsep-konsep dari berbagai ilmu lainnya guna membentengi dan menelaah istilah-istilah tersebut, agar fenomenologi bisa diimplementasikan lebih kaya dan nyata. Dalam pandangan Husserl, memungkinkan pendekatan ini untuk memahami realitas individu secara mendalam.

Istilah-istilah yang dipakai oleh Husserl mempunyai pengaruh esensial dalam mendeskripsikan inti fenomenologi yang dijalankan oleh filsuf-filsuf besar lainnya seperti Hegel atau Aristoteles. Istilah-istilah teknis ini mempunyai arti mendalam pada konteks pemakaiannya serta mereka membantu memaparkan metode fenomenologi dalam menyelidiki realitas manusia. Walaupun Husserl berkata tentang objektivitas, gagasannya secara melekat sangat humanis dan bersifat subjektif yang menyebabkan pemakaian istilah teknis yang berkaitan.

Gagasan Husserl selalu berkembang hingga ia mempromosikan konsep *intensionalitas* kehidupan yang disebut “*lifeworld*” sebagai tujuan dasar fenomenologi. Ia ingin mengubah pandangan pemikir masa itu terkait pengaruh fenomenologi dengan menampakkan bahwa objektivitas ilmu tidak sekedar berbicara tentang kausalitas semata, akan tetapi dibentuk oleh pengalaman subjektif individu (Rorong, 2020).

1) Pengalaman

Pada dasarnya pengalaman berlangsung lewat sebuah proses dari berbagai rangsangan eksternal seperti cahaya yang diperuntukkan untuk mata, aroma digunakan untuk hidung, dan suara bagi telinga. Informasi tersebut kemudian disalurkan ke pusat-pusat khusus di dalam otak, di mana selanjutnya diinterpretasikan untuk membentuk peninjauan. Kesanggupan seseorang dalam mengobservasi sesuatu dapat dipengaruhi oleh rasa minat dan perhatian yang memungkinkan melakukan seleksi dari sejumlah rangsangan yang ada dalam lingkungan. Proses tersebut mengimplikasikan penggabungan antara apa yang

dilihat oleh kita dan apa yang ada dalam gambaran mental individu yang menjalani pengalaman tersebut (Endarmoko, 2016).

2) Makna

Proses yang Husserl sebutkan sebagai "*ideation*" merupakan perjalanan dari pengalaman empiris dengan menuju ke pemahaman dasar. Dalam hal ini, "*ideation*" mengarah pada pengumpulan objek yang muncul dalam kesadaran dengan objek itu sendiri. Lalu tercipta makna yang menjadi pokok pengetahuan. Dengan demikian, makna ini muncul lewat interaksi antara objek yang jelas dengan objek yang ada dalam kesadaran (Kuswarno, 2013).

Makna menurut R. Brown, ialah kecondongan total pada cara kita merespons bentuk bahasa. Tampak berbagai elemen dalam makna yang timbul pada kata dan kalimat. Konsep makna sendiri mempunyai berbagai interpretasi yang tidak bisa dianggap satu pun yang lebih benar dari pada yang lain. Dengan maksud, makna mempunyai banyak definisi. Munculnya makna ini berkenaan dengan hubungan menarik antara manusia dan kata (Mulyana, 2019).

Model proses makna Wendell Johnson memberikan sejumlah keterlibatan bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

- a) Makna dalam diri, makna tidak terdapat pada kata-kata tetapi dalam diri manusia untuk mencapai makna yang perlu kita komunikasikan. Akan tetapi, kata-kata ini tidak sempurna dan lengkap mendeskripsikan makna yang dimaksud. Demikian juga, makna yang diterima pendengar dari pesan-pesan kita akan berbeda dengan makna yang perlu kita komunikasikan.

- b) Makna membutuhkan acuan, meskipun tidak semua komunikasi merujuk pada realitas, komunikasi hanya bermakna jika terkait dengan dunia atau lingkungan eksternal.
- c) Makna perubahan, banyak kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu mengalami perubahan makna terutama dalam dimensi emosionalnya (Sobur, 2016).

2.2.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah penjelasan dari seperangkat ide yang terkandung dalam dasar pemikiran teoretis. Konsep-konsep tersebut akan digunakan untuk memberi istilah pada unsur-unsur yang ada pada fenomena yang menjadi fokus penelitian, serta untuk memahami keterkaitan antara konsep-konsep tersebut (Tanjung & Mulyani, 2021).

Adapun untuk kerangka konseptual yang peneliti paparkan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

2.2.2.1. Penggunaan Warna Ungu

2.2.2.1.1. Sejarah Warna Ungu

Warna ungu memiliki berbagai nama lain seperti ungu kerajaan atau ungu kekaisaran, dan aslinya mengacu pada warna purpura tertentu. Purpura ialah pewarna yang didapat dari moluska serta ditemukan dekat kota kuno *Phoenicia Tiro*, saat itu ialah wilayah Lebanon.

Warna purpura ini terkenal sebagai ungu *Tyrian*. Sumber warna ini berasal dari siput laut *Bolinus brandaris*. Siput ini sangat langka sehingga harganya sangat mahal. Untuk mendapatkan warna ungu dari bekicot ini, cangkang bekicot

harus dibuka dan dikeluarkan lendir penghasil ungunya, lalu dijemur di bawah terik matahari dalam waktu yang cukup lama. Dibutuhkan sekitar 250.000 ekor keong *Bolinus brandaris* untuk menghasilkan satu ons keong ungu.

Saat itu, warna ungu adalah simbol kerajaan dan otoritas politik, hanya keluarga kerajaan serta orang kaya yang mampu membelinya, termasuk kaisar. Oleh sebab itu, ungu *Tyrian* juga dikenal sebagai ungu kekaisaran, dan orang biasa dilarang memakainya. Pelanggaran dapat mengakibatkan hukuman mati.

Warna ungu mungkin pertama kali muncul pada peradaban *Minoan* di pulau Kreta Yunani. Alexander Agung, kaisar Makedonia, kaisar Kekaisaran Seleukus, dan Raja Ptolemeus dari Mesir juga menggunakan warna ungu Tirus dalam adegan-adegan penting.

Jubah para kaisar Romawi juga menggunakan warna ungu *Tyrian* yang dipadukan dengan benang emas metalik. Penggunaan warna ungu ini berlanjut di Kekaisaran Romawi Timur hingga tahun 1435. Di kerajaan dunia kuno, ungu dianggap berani dan simbol dengan status sosial yang tinggi.

Raja Persia Cyrus memakai tunik ungu sebagai seragam untuk kerajaannya. Para penguasa Bizantium juga memakai jubah ungu yang mengalir, dan bahkan tinta yang dipakai untuk menandatangani dekrit berwarna ungu. Bahkan bayi yang lahir pada masa itu dikatakan terlahir ungu (Hasanah, 2021).

2.2.2.1.2. Arti Warna Ungu

Warna ungu merupakan perpaduan gelap terang antara merah dan biru, dengan campuran hitam dan putih. Warna ini diasosiasikan dengan kesetiaan, ambisi, kemuliaan, kekuatan, dan kemewahan. Ungu juga mencerminkan energi,

feminitas, kelembutan, romansa, dan nostalgia. Di militer AS, warna ungu melambangkan prajurit yang terluka. Adapun arti warna ungu bisa ditinjau dari berbagai sudut pandang:

1. Secara Umum: Ungu melambangkan kemegahan seperti kekuatan spiritual, simbol kerajaan, ambisi tinggi, misteri, serta sihir. Orang yang menyukai warna ungu cenderung berempati dan mengutamakan kepentingan orang lain.
2. Feng Shui: Dalam pandangan feng shui, ungu adalah warna yang mengesankan dan berhubungan dengan hal-hal spiritual. Cocok untuk kamar tidur dan ruang meditasi, tetapi tidak cocok untuk kamar mandi dan dapur.
3. Psikologi: Warna ungu memiliki pengaruh kuat pada suasana hati dan emosi. Ungu muda melambangkan misteri dan imajinasi, ungu tua melambangkan kemewahan, dan lavender melambangkan feminitas, nostalgia, dan sentimentalitas.
4. Emosi: Warna ungu menghubungkan dua dunia, hangat dan dingin. Ini mengandung sifat energik merah dan sifat spiritual biru. Ungu dapat merangsang imajinasi dan kedalaman pemikiran (Hasanah, 2021).

2.2.2.1.3. Keseimbangan Warna Ungu

Penggunaan warna ungu harus seimbang karena merupakan perpaduan antara *hot red* dan *cool blue*. Terlalu banyak warna ungu dapat menyebabkan kepekaan dan kesombongan, sementara terlalu sedikit warna ungu dapat

menimbulkan perasaan negatif dan apatis. Penting untuk mencapai keseimbangan positif dengan mengoptimalkan kreativitas dan imajinasi (Hasanah, 2021).

2.2.2.2. Konteks Komunikasi Nonverbal

2.2.2.2.1. Pengertian Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merujuk pada bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi nonverbal ialah suatu proses menyampaikan pesan tanpa menggantungkan kata-kata. Hal ini mengaitkan perbuatan dan atribusi yang tidak bergantung pada kata-kata. Akan tetapi, diarahkan pada perubahan makna dan perolehan umpan balik. Adapun beberapa definisi komunikasi nonverbal di antaranya ialah sebagai berikut:

1. Merujuk pada Burgo & Sainee, komunikasi nonverbal merupakan tindakan dan atribusi yang dijalankan seseorang untuk bertukar makna dengan orang lain. Tujuannya ialah untuk memperoleh umpan balik.
2. Komunikasi nonverbal seperti ekspresi wajah, kontak mata, nada suara, serta gerakan tubuh, menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal menurut berbagai penelitian lebih penting dalam memahami perilaku ketimbang dengan kata-kata verbal.
3. Mengacu pada Terrence A. Doyle, komunikasi nonverbal berfokus pada perilaku fisik, isyarat vokal, dan jarak dalam komunikasi. Alhasil, penelitian mencoba mendeskripsikan bagaimana manusia berkomunikasi melalui aspek-aspek tertentu dari bahasa.

Walaupun komunikasi verbal dan nonverbal mempunyai perbedaan mendasar, sering kali keduanya digunakan secara bersamaan. Komunikasi

nonverbal bisa menyempurnakan komunikasi verbal dan memperkuat pesan yang disampaikan. Tetapi bila terjadi ketidakcocokan antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal, maka masyarakat condong lebih mempercayai pesan nonverbal karena sulit mengontrol ekspresi dan tindakannya.

Misalnya, jika seseorang menanyakan arah karena tersesat, selain dari pertanyaan verbal, komunikasi nonverbal juga dilakukan lewat ekspresi wajah dan gerakan tubuh. Walaupun keduanya saling berkaitan, tetapi komunikasi nonverbal mempunyai peranan besar dalam proses komunikasi karena tidak hanya berperan sebagai pelengkap, tetapi juga memiliki kemampuan dalam menyampaikan pesan secara mandiri (Sihabuddin & Hamidah, 2022).

2.2.2.2.2. Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal

Liliweri menggolongkan komunikasi nonverbal menjadi empat jenis utama, yaitu di antaranya sebagai berikut:

1. Kinesik (gerak tubuh) ini ialah jenis komunikasi nonverbal yang mencakup beragam gerakan tubuh yang mempunyai makna terdiri atas lima komponen, di antaranya bahasa isyarat (*gesture*), ekspresi wajah, tampilan, gerakan tangan (*gesticulations*), dan kontak mata.
2. Proksemik adalah jenis komunikasi nonverbal yang menekankan lewat pengaturan ruang dan jarak antara individu ketika melakukan interaksi dengan orang lain atau objek. Proksemik terbagi dalam tiga kategori yaitu proksemik ruang, proksemik waktu, dan proksemik jarak.
3. Paralinguistik ialah penggunaan bermacam elemen suara yang berkontribusi dalam interpretasi simbol-simbol verbal (bahasa).

4. Artefak yaitu jenis komunikasi nonverbal yang terpaku pada benda-benda di seputar individu yang dipakai dalam menyampaikan pesan ketika digunakan atau dipandang oleh orang lain (Sihabuddin & Hamidah, 2022).

2.2.2.2.3. Karakteristik Komunikasi Nonverbal

Sama halnya seperti bahasa verbal, komunikasi nonverbal juga secara melekat mempunyai karakteristik-karakteristik khas yang mempengaruhi interpretasi. Komunikasi nonverbal memiliki sifat kompleks dan multitafsir sehingga membutuhkan petunjuk dan pembatasan yang di antaranya sebagai berikut:

1. Komunikasi nonverbal cenderung mempunyai makna yang ambigu dan secara pasti sulit diartikan.
2. Komunikasi nonverbal dalam penafsirannya sangat tergantung pada konteks budaya.
3. Umumnya komunikasi nonverbal berlangsung pada ruang lingkup yang terbatas.

Lebih rinci lagi menurut Liliweri, terdapat enam karakteristik atau ciri khas dalam komunikasi nonverbal di antaranya yaitu:

1. Komunikasi nonverbal memiliki tanda-tanda yang bersifat samar dan membutuhkan terjemahan yang hati-hati.
2. Secara berkelanjutan komunikasi nonverbal selalu terjadi dengan melibatkan rangkaian isyarat.
3. Komunikasi nonverbal mengaitkan pemakaian bermacam saluran atau cara penyampaian.

4. Adanya batasan-batasan budaya ini mencerminkan isyarat nonverbal dalam interpretasi dan ekspresi.
5. Sering hadirnya pesan nonverbal dalam proses komunikasi yang sulit dan saling terkait.
6. Komunikasi nonverbal cenderung mudah dilakukan untuk dipelajari (Sihabuddin & Hamidah, 2022).

2.2.2.2.4. Fungsi Komunikasi Nonverbal

Paul Ekman dalam Deddy Mulyana mengenalkan lima fungsi komunikasi nonverbal yang bisa diuraikan sebagai berikut:

1. Emblem. Tampak gerakan mata tertentu yang memiliki fungsi simbol dengan arti yang selaras dengan kata-kata, seperti kedipan mata dapat dipakai untuk menyampaikan pesan.
2. Ilustrator. Pandangan yang difokuskan ke bawah dapat mengenali perasaan sedih atau depresi.
3. Regulator. Kontak mata bisa dimaknai menjadi sinyal pembuka jalur komunikasi. Dilain sisi, mengalihkan wajah bisa menandakan tidakberanian dalam berinteraksi.
4. Penyesuai. Kedipan mata yang meningkat ketika seseorang merasa tertekan merupakan sebuah respons yang tidak dapat disadari, di mana tubuh berupaya mengurangi rasa cemas.
5. *Affect Display*. Pernyataan emosional seperti kaget, rasa takut, atau sukacita bisa tergambar lewat perubahan ekspresi mata (Ngalimun, 2021).

2.2.2.3. Simbol, Tanda, Ikon, dan Kode

2.2.2.3.1. Simbol

Simbol berasal dari kata Latin "*symbolicum*," yang awalnya berasal dari bahasa Yunani "*sumbolon*," yang berarti tanda untuk menafsirkan sesuatu. Dalam konteks komunikasi, simbol terdiri dari unsur-unsur lain dan dapat menyimpan beragam makna. Simbol digunakan untuk mewakili konsep atau gagasan tertentu. Sebagai contoh, cincin sering kali dianggap sebagai simbol perkawinan, sepasang angsa bisa mencerminkan kesetiaan, seragam melambangkan korps, bendera mewakili suatu bangsa, serta jubah putih sering digunakan sebagai simbol kesucian.

Kesimpulannya, jika suatu tanda memiliki arti yang sama bagi semua orang, maka simbol memiliki interpretasi yang bervariasi tergantung pada cara individu memaknainya. Manusia berkomunikasi menggunakan bahasa yang bergantung pada kata-kata dan aturan tata bahasa. Setiap kata dapat dianggap sebagai simbol karena memiliki banyak makna. Ole Verdeber menjelaskan bahwa komunikasi verbal, baik lisan ataupun tulisan, tergantung pada keahlian dalam menguasai kata-kata dan tata bahasa.

Dalam Womack, simbol merupakan alat komunikasi yang kompleks dan sering kali memiliki banyak lapisan makna. Dalam perbandingan dengan "tanda," yang hanya memiliki satu makna, "simbol" memungkinkan banyak interpretasi. Budaya manusia memakai simbol-simbol untuk menyampaikan ideologi, struktur sosial, atau merepresentasikan faktor-faktor budaya tertentu. Artinya, makna

simbol tidak inheren pada simbol itu sendiri, namun berasal dari pemahaman budaya seseorang.

Kindersley dalam bukunya "*Signs and Symbols*" menyatakan bahwa simbol merupakan representasi visual dari ide dan merupakan petunjuk terhadap kebenaran universal yang lebih dalam. Adapun dalam Langer, simbol adalah dasar bagi pemahaman manusia dan berfungsi sebagai kendaraan untuk konsep pengetahuan. Sementara itu merujuk pada Palezewski, simbol memfasilitasi pemahaman dunia sekitar kita dan merupakan dasar untuk membuat penilaian. Manusia memanfaatkan simbol-simbol tidak hanya sebagai alat untuk memahami lingkungan sekitar, tetapi juga sebagai sarana untuk mengenali dan ikut serta dalam kehidupan masyarakat lewat penggunaan retorika konstitutif.

Simbol-simbol memungkinkan manusia untuk memberi nama pada entitas yang sebelumnya hanya ada dalam lingkungan eksternal. Sebagai contoh, kata "kuda" sebelumnya hanya merupakan "tanda," tetapi kemudian diubah menjadi representasi simbolis yang digunakan untuk menggambarkan suatu entitas baru, seperti jenis binatang yang dikenal sebagai "kuda," atau untuk menggambarkan hubungan antara entitas itu dengan entitas lain seperti "kandang," "rumput," "joki," dan "kavaleri," (Liliweri, 2021).

Lebih lanjut, manusia ialah "*homo symbolism*", yang berarti jenis makhluk biologis dengan tidak terlepas dari simbol-simbol, baik untuk berkomunikasi ataupun beradaptasi dengan lingkungan secara fisik maupun sosial. Simbol bagi manusia sangat esensial, maka banyak para pakar yang membahas dari berbagai sudut pandang. Ada yang menganggap simbol adalah bagian dari tanda-tanda.

Namun ada juga para pakar yang membedakan antara simbol dan tanda, karena simbol memiliki peran yang besar bagi manusia dibanding tanda-tanda yang lain (Hendro, 2020).

2.2.2.3.2. Tanda

Realitas kehidupan ialah serangkaian misteri, pertanyaan, atau teka-teki yang membutuhkan upaya pencarian jawaban yang disebut kebenaran. Untuk menuju kebenaran tersebut, dibutuhkan penyelidikan, baik secara sederhana ataupun kompleks. Hal ini melibatkan kegiatan mencari petunjuk, bukti, serta tanda-tanda (*sign*) sembari mempertimbangkan logika, hubungan, dan kausalitas di antara semua komponen. Proses tersebut bertujuan untuk mencapai kesimpulan akhir atau inferensi (Marwan, 2017).

“Tanda” (*sign*) adalah pengenal atau penanda. Tanda ini mewakili dirinya sendiri dan tidak mewakili hal lain. Keunikan tanda terletak pada hubungannya yang satu lawan satu, sehingga makna tanda sama untuk semua yang memakainya. Setiap tanda langsung tersambung dengan objeknya, karena konvensi bersama memberikan makna yang sama pada tanda tersebut. Tanda ini selalu mewakili realitas. Dalam hal ini, istilah "tanda" (*sign*) setara dengan "ikon" (*icon*), yang juga dianggap sebagai tanda yang mengacu pada ciri-ciri fisik yang ingin dijelaskan. Jadi, tanda atau ikon selalu terkait langsung dengan objeknya.

Bagaimana seseorang merasakan tanda tergantung pada apa yang dimaksudkan atau diungkapkan dalam konteks semiotik, yang mencakup: (1) penandaan (*signification*), (2) makna (*significance*), dan (3) pentingnya (*importance*). Sebagai contoh, ketika seseorang berbicara tentang pentingnya

suatu peristiwa, seperti hilangnya pesawat Malaysia Airlines, ada karakteristik yang terkait (*signification*) dengan peristiwa tersebut, seperti teori-teori tentang mengapa pesawat tersebut tidak terdeteksi oleh radar. Kemudian karakteristik ini, misalnya, dinyatakan dalam kata atau kalimat, dan diberikan makna (*significance*) yang juga terkait dengan nilai penting (*importance*) bagi setiap individu. Ini bergantung pada apakah individu memiliki kepentingan pribadi terkait dengan peristiwa tersebut, seperti memiliki keluarga di dalam pesawat, yang bisa mempengaruhi emosi dan perasaan prihatin mereka.

Sementara itu mengacu pada Lewis, Simons, Fennig, proses penandaan juga bisa dilakukan oleh orang-orang yang dapat mendengar tetapi tidak bisa berbicara, seperti individu tunarungu. Bahasa isyarat memiliki sifat linguistik yang mirip dengan bahasa lisan yang diucapkan, dan digunakan di seluruh dunia sebagai bahasa yang mendasari budaya individu dengan disabilitas ini. Bahkan, beberapa bahasa isyarat telah mendapatkan pengakuan hukum dan lainnya. Masalah yang muncul adalah apakah setiap negara memiliki bahasa isyarat internasional yang sama, mengingat bahwa sebagian besar negara memiliki bahasa isyarat unik mereka sendiri, bahkan beberapa negara dan kelompok budaya memiliki lebih dari satu bahasa isyarat (Liliweri, 2021).

2.2.2.3.3. Ikon

Ikon adalah suatu gambar atau citra yang mewakili "sesuatu" dengan berbagai makna. Pertama, dalam Tom McArthur, *The Oxford Companion to the English Language* "Sesuatu" yang digunakan secara konvensional untuk menjelaskan objek atau fitur, seperti pada peta, yang menunjukkan jalan dan

jembatan. Contoh lain adalah kata-kata *onomatopoeic*, seperti "*kersplat*" dan "*kapow*" yang sering digunakan dalam buku komik di Amerika Serikat. Kedua, orang yang dikenal sebagai "objek perhatian besar" karena pengabdianya. Ketiga, simbol yang memiliki arti abadi.

Ikon sering digunakan untuk menggambarkan objek secara visual. Ikon ini mirip dengan objek yang mereka wakili, sehingga orang dapat langsung mengenali dan memahami objek tersebut ketika melihat ikon. Sebagai contoh, pada ponsel, layar akan menampilkan berbagai ikon, dan bentuk serta gambaran ikon tersebut mirip dengan objek yang ingin diakses. Tampilan ikon ini memudahkan pengguna untuk memahami apa yang diwakili oleh masing-masing ikon. Hal yang pasti adalah ikon dapat diwujudkan secara fisik, sehingga mereka menyerupai objek yang mereka wakili. (Liliweri, 2021).

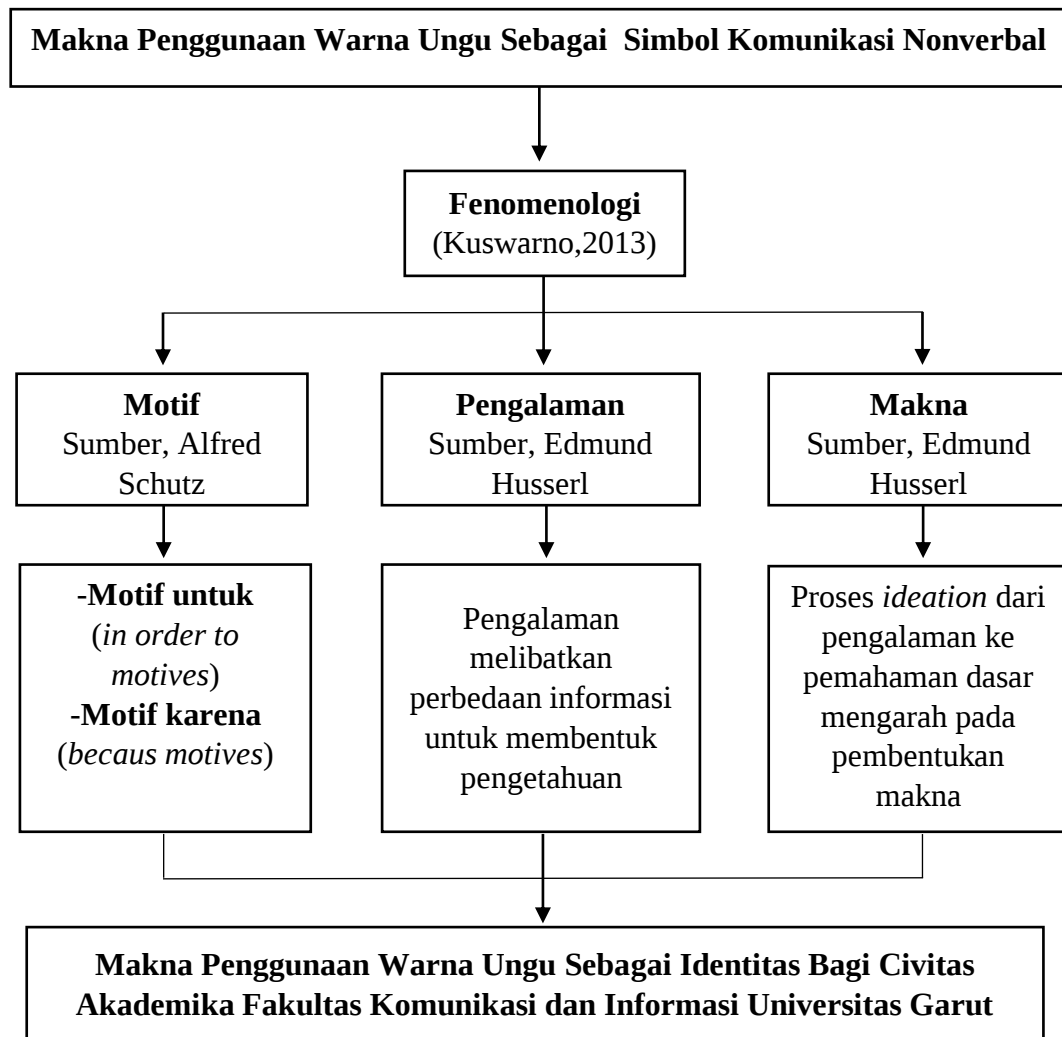
Dengan kata lain, ikon ini mencerminkan keterikatan antara tanda dengan objek atau acuan yang memiliki kesamaan. Namun, ikon hanya cocok untuk menggambarkan objek yang bisa diwakili secara fisik, seperti barang-barang atau konsep konkret. Konsep abstrak, seperti perasaan, kebebasan, perdamaian, dan sebagainya, sulit dijelaskan menggunakan ikon. Ikon adalah cara sederhana untuk mengkomunikasikan pola atau objek yang menyerupai apa yang ingin dijelaskan secara fisik. Contoh sederhana adalah gambar wajah Anda, atau ikon-ikon kecil dengan gambar pada layar komputer yang mewakili fungsi tertentu. Sebagai ilustrasi lain, gambar rokok dengan garis silang merah digunakan untuk menyampaikan pesan "Dilarang Merokok" (Wulandari & Siregar, 2020).

2.2.2.3.4. Kode

"Kode" adalah suatu sistem yang mengatur dan mengkodifikasi tanda-tanda. Ini melibatkan aturan atau konvensi tentang bagaimana tanda-tanda digabungkan dan bagaimana mereka saling berhubungan. Penting untuk diingat bahwa tanda-tanda dapat berbentuk kata-kata, gambar, perilaku, atau bahkan konsep seperti metafora. Bahasa adalah contoh yang jelas dari "kode" karena itu melibatkan proses pengorganisasian tanda-tanda dalam sistem yang tinggi. Kode bahasa membantu kita mengelompokkan entitas seperti tumbuhan, hewan, jenis ras, dan etnisitas.

Secara praktis, "kode" mengatur berbagai aspek kehidupan kita. "Kode" mengorganisasi tanda-tanda ke dalam suatu sistem yang berkaitan dengan penanda (*signifier*), sehingga apa yang ditandai menjadi memiliki makna. "Kode" melibatkan lebih dari satu elemen dan menghubungkan beberapa tanda sehingga mereka bersama-sama membentuk kerangka interpretatif. Stephen Heath mencatat bahwa "setiap kode adalah suatu sistem, tetapi tidak semua sistem adalah kode." Ia juga menekankan bahwa "kode" dapat diidentifikasi oleh koherensi, homogenitas, dan heterogenitas tanda-tanda yang digunakan sebagai pesan, karena setiap tanda hanya akan memiliki artikulasi jika berada dalam "kode" (Liliweri, 2021).

2.2.3. Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Observasi Peneliti