

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Istilah kesusilaan tidak menjadi sorotan utama, karena sebagian besar masyarakatnya memandang moralitas sebagai etika serta adat istiadat. Bagi mereka, etika dan adat istiadat adalah sesuatu yang harus dijunjung tinggi, tapi bagi masyarakat kota seperti Bandung, masalah kesusilaan itu sudah kompleks. Kesusilaan bukan hanya dipandang dari segi moralitas, etika dan adat istiadat saja, tetapi lebih luas lagi.

Kota berjulukan "Kota Kembang" ini, adalah sebuah kota berhawa sejuk. Bila menginjakkan kaki ke kota ini, seolah berat meninggalkannya. Semua ada di sini. Semua serba murah. Bahkan, pecinta fashion menganggapnya sebagai kiblat mode terkini di Indonesia. Bagi pecinta hiburan malam, Bandung pun adalah surga. Mulai dari klub dangdut hingga diskotik bertaraf internasional tersedia di sini. Jangan tanya wanita-wanita yang bisa menemani, semuanya seperti kebanyakan mojang Bandung, cantik-cantik.

Karaoke menjadi salah satu tempat hiburan malam dari deretan jenis hiburan malam di Bandung. Setiap malam, karaoke selalu didatangi pengunjung. Karaoke merupakan tempat cukup akurat untuk menghilangkan penat setelah lelah bekerja. Melepas lelah dengan menyanyi memang membuat bahagia apalagi sekarang tempat karaoke semakin menjamur.

Tempat karaoke memberi ruang bebas untuk bernyanyi sepuasnya. Berkaraoke sangat mudah syair lagu tidak perlu hapal di luar kepala, sebab tertulis pada layar monitor dan perangkat audio visual untuk menuntun sang penyanyi kapan mulai menyanyi dan kapan harus jeda dengan urutan perwarnaan naskah di layar monitor.

Berkaraoke bisa dilakukan sendiri atau berkelompok, tergantung fasilitas yang ada pada *sound system* karaoke tersebut. Aneka jenis lagu pun sudah tersedia dan orang-orang yang memegang *mic* di tangan selalu menikmati dan bersenang-senang dengan lagu yang dibawakan. Gaya menyanyi pun bebas boleh duduk santai, berdiri sambil berjoget pun tak ada yang melarang. Apalagi sejumlah tempat hiburan yang menyediakan wanita cantik sebagai teman berkaraoke. Bisa menjadi teman bernyanyi dan berdansa. Maka munculah istilah pemandu lagu karaoke.

Karaoke menjadi hiburan yang tidak asing lagi di telinga masyarakat Kota Bandung. Hiburan yang mampu menjadi pelepas penat ini telah digandrungi semua kalangan. Tempat karaoke yang terjaga privasinya memberi ruang bebas untuk bernyanyi sepuasnya. Stigma negatif dalam masyarakat tentang hiburan karaoke yang lekat dengan seksualitas dan obat-obatan terlarang lambat laun mulai berkurang seiring berkembangnya tempat hiburan karaoke berbasis keluarga. Lantas, tidak kemudian mengurangi adanya karaoke penyedia wanita pemandu lagu atau biasa disebut dengan istilah *Lady Companion (LC)*.

Istilah LC terdengar asing bagi telinga beberapa masyarakat umum, tetapi dalam dunia karaoke di Bandung, *Lady Companion* atau biasa disingkat dengan

istilah LC adalah sebuah istilah yang populer di Bandung sebagai wanita Pemandu Lagu. Bagi tamu yang menginginkan ditemani wanita saat berkaraoke, mereka dapat membooking Pemandu Lagu melalui mami ataupun *server-server* karaoke. Pemandu Lagu bertugas menemani tamu bernyanyi, berjoget, ngobrol, hingga minum alkohol bersama. Dalam satu room karaoke, kedekatan diantara tamu dan Pemandu Lagu terjalin sangat intens.

Menjadi Pemandu Lagu tidak membutuhkan latar belakang pendidikan yang tinggi. Keterampilan dalam bernyanyi pun bukan menjadi prioritas. Mereka hanya dituntut memiliki penampilan yang menarik, sesuai dengan rata-rata tamu yang menginginkan Pemandu Lagu berparas cantik nan seksi. Pada profesi pekerjaan yang dilakoninya, Pemandu Lagu tidak hanya sekedar mengiringi tamu bernyanyi, tetapi juga memiliki tanggung jawab atas kepuasan tamu. Nilai kepuasan tamu didasarkan pada pelayanan Pemandu Lagu yang baik dan hal ini merupakan penentu bayaran yang diterima oleh Pemandu Lagu. Semakin tamu merasa puas dengan pelayanan Pemandu Lagu maka semakin besar pula uang tip yang akan diterima oleh Pemandu Lagu.

Profesi Pemandu Lagu pada saat ini merupakan suatu profesi yang cukup menjanjikan baik dalam upah-nya maupun posisinya sebagai profesi yang dianggap cukup bagus di masyarakat. Dengan munculnya Pemandu Lagu Karaoke, banyak wanita yang tertarik menggeluti profesi ini dengan harapan peningkatan taraf hidup.

Menjadi Pemandu Lagu Karaoke seorang perempuan tidak butuh mempunyai latar belakang pendidikan yang tinggi. Mereka hanya dituntut untuk memiliki

penampilan yang menarik. Salah satu tugas seorang Pemandu Lagu Karaoke adalah menemani kosumen (tamu) karaoke menyanyi di karaoke room. Menemani tamu bernyanyi adalah suatu usaha yang dilakukan seorang pemandu lagu Karaoke untuk menjalin hubungan baik dan menarik para tamu karaoke agar datang kembali. Karena itu seorang pemandu lagu karaoke harus peka terhadap keinginan tamunya, serta dapat menjaga sikap agar tidak terjadi hal-hal yang tidak seharusnya. Hal ini merupakan tugas dari seorang pemandu lagu Karaoke untuk menyiasati pada setiap langkah untuk memuaskan konsumen yang datang atas pelayanan di karaoke tempat mereka bekerja.

Tentu saja untuk mengundang seorang Pemandu Lagu Karaoke menemani seorang tamu karaoke dikenakan biaya perjam atau pervoucer. Gaji yang cukup besar dan tips dari tamu membuat pendapatan seorang Pemandu Lagu Karaoke tergolong tinggi. Dari hasil kerjanya bisa menghasilkan sekitar 3-5 juta rupiah per 2 minggu. Perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perkembangan dari zaman ke zaman. Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*). Sebagai dampaknya, hal ini menuntut setiap orang untuk selalu *uptodate*. Kehidupan di zaman modern ini, membuat setiap orang ingin merasakan kehidupan yang serba ada. Perekonomian yang kurang mampu memaksa seseorang melakukan hal yang menurut beberapa orang tidak baik, demi memnuhi kebutuhan.

Seorang Pemandu Lagu dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik karena dipastikan selalu berinteraksi dengan para pelanggan. Komunikasi adalah bagian yang sangat penting di kehidupan manusia, karena manusia adalah makhluk sosial yang selalu melakukan interaksi dengan manusia lainnya melalui komunikasi. Dan kehidupan sehari-hari pun manusia berkomunikasi untuk saling bertukar informasi dengan orang lain.

Pemandu Lagu di karaoke Executive X ini mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggannya, sehingga terjadi komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi verbal bahasa mempunyai peranan yang penting, karena dalam proses komunikasi seorang Pemandu lagu menggunakan bahasa. Inti dari penelitian ini adalah mengungkap bagaimana cara Pemandu Lagu Karaoke Executive X dalam melayani pelanggan supaya kembali lagi ketempat tersebut menggunakan simbol-simbol dalam proses komunikasi yaitu pada saat berinteraksi dengan pelanggan.

Komunikasi verbal terjadi ketika Pemandu Lagu tersebut menggunakan kata kata, baik itu menggunakan bahasa lisan maupun tulisan. Di dalam percakapan antara Pemandu Lagu dan pelanggan akan efektif jika keduanya saling mengerti apa yang disampaikan. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya melalui non verbal misalnya seperti gerakan tubuh, nada bicara, dan ekspresi wajah.

Dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari kita sering berinteraksi dengan orang lain menggunakan komunikasi non verbal. Pada praktiknya, komunikasi verbal dan komunikasi non verbal sering kali digunakan secara bersamaan, misalkan

pemandu lagu yang memilih lagu kepada Pelanggan sambil menggerakkan tangannya menggunakan mouse untuk menunjukkan salah satu lagu.

Seorang Pemandu Lagu memiliki kemampuan, dalam hal ini seorang Pemandu Lagu menawarkan jasanya kepada Pelanggan agar Pelanggan tertarik dengan jasa yang ia tawarkan, mempunyai suatu cara/taktik tersendiri dalam berperilaku komunikasi melalui pesan verbal dan non verbal kepada pengunjung, agar dapat mencapai tujuan dengan adanya kesamaan makna antara Pemandu Lagu dan Pelanggan serta kemampuan berkomunikasi dan membina hubungan baik.

Pemandu Lagu menyadari ataupun tidak, ada dalam realitas kehidupan sosial kita. Dalam sisi kehidupan sosialnya, seorang Pemandu Lagu senantiasa terlibat dalam aktivitas komunikasi dan interaksi dengan dunia sekelilingnya, seorang Pemandu Lagu saat bekerja di room karaoke dengan menggunakan kostum yang sexy, glamour bahkan agak terbuka dilengkapi dengan polesan make up yang sedikit menor demi mendukung penampilan, mereka pun dituntut untuk lebih centil dan energik.

Dalam hal ini, ada beberapa di antara Pemandu Lagu kebanyakan dari mereka sudah menikah dan telah bercerai, meski usia mereka masih sangat muda sekitar 17-25 tahun. Hanya sedikit dari Pemandu Lagu yang dikenal yang belum menikah. Kebanyakan dari mereka yang telah gagal dalam pernikahannya memutuskan untuk memilih pekerjaan sebagai Pemandu Lagu demi mencukupi kebutuhan hidup mereka dan mungkin kebutuhan anak-anak mereka bagi mereka yang telah mempunyai anak. Tidak jarang diantara mereka para Pemandu Lagu yang gagal dalam pernikahannya

juga memutuskan untuk menyukai sesama jenisnya, atau yang biasa mereka sebut "belok".

Mengenal beberapa dari mereka yang memang pernah "belok" dan sekarang telah kembali normal dengan menyukai lawan jenisnya. Kemudian muncul pertanyaan dari penulis kepada para Pemandu Lagu yang sudah bisa kembali untuk menyukai lawan jenisnya. Alasan apa yang membuat mereka dahulu memutuskan untuk "belok". Jawaban dari mereka sangatlah sederhana, yaitu "kenyamanan". Memang harus diakui sangatlah nyaman jika pasangan kita dapat dengan mudahnya mengerti apa yang kita inginkan dan apa yang kita rasakan, apalagi mereka sesama jenis. Ada juga beberapa dari mereka yang menjawab karena trauma dengan laki-laki ataupun karena tidak akan takut hamil jika berpacaran dengan sesama jenisnya.

Pemandu Lagu adalah pekerjaan dimana mereka ditugaskan untuk menemani para tamu dan memandu lagu di tempat-tempat karaoke. Tarif Pemandu Lagu juga beragam, ada yang per jam adapula yang paketan dengan room dan lain-lain. Jangan salah, hanya segelintir Pemandu Lagu yang bisa diperlakukan sesukanya atau mau untuk diajak untuk memenuhi kebutuhan biologis para tamunya

Tidak semua Pemandu Lagu senang dengan sikap sesuka para Pelanggannya. Tergantung kepada setiap Pemandu lagu bagaimana cara mereka menolak dengan halus setiap Pelanggannya yang memperlakukan mereka semena-mena agar tidak tersinggung. Karena Pemandu Lagu mengharapkan tips dari para pelanggannya agar berbuat royal agar mendapatkan hasil yang besar.

Permulaan seseorang mau bekerja di kehidupan seperti itu karena adanya masalah ekonomi, *broken home* atau cuma mencari kesenangan semata yang disebut sekarang ini bukan “gaya hidup” melainkan “hidup yang gaya”. Faktor yang mempengaruhi terbentuk konsep diri seorang pemandu lagu karaoke berupa respon yang berbentuk perilaku, penilaian atau sudut pandang masyarakat terhadap pemandu karaoke, latar belakang keluarga, dan lingkungan tempat tinggal (sosial).

Hal ini diketahui bahwa masyarakat memandang negatif terhadap wanita yang bekerja sebagai pemandu karaoke, dari respon masyarakat tersebut pemandu karoke membentuk perilakunya menjadi pribadi yang acuh, tidak peduli dengan penilaian negatif dan keadaan lingkungan masyarakat, dan membentuk perilaku yang tidak sesuai sopan santun dan norman yang berlaku dimasyarakat.

Diluar pekerjaan mereka sebagai Pemandu Lagu ada juga yang melakukan pekerjaan tambahan sebagai teman kencan para tamunya, seperti sekedar menemani makan siang, nonton bioskop ataupun shopping, bahkan ada diantara para tamu mereka yang hanya menjadikan mereka sebagai teman curhat. Sekian lama mengenal kehidupan mereka lalu muncul lagi dalam benak peneliti, sampai kapan mereka akan melakukan pekerjaan sebagai Pemandu Lagu? dan kemudian peneliti coba sampaikan pertanyaan tersebut kepada beberapa Pemandu Lagu tersebut. Kebanyakan dari mereka hanya menjawabnya dengan keluhan, keluhan yang juga sebenarnya mereka lelah untuk melakukan pekerjaan sebagai seorang Pemandu Lagu, namun sekali lagi kebutuhan hidup mereka memaksa mereka untuk terus melakukan pekerjaan sebagai seorang Pemandu Lagu.

Wajar jika mereka sangatlah lelah dengan pekerjaannya, karena pekerjaan sebagai Pemandu Lagu selalu dihadapkan dengan tangan-tangan nakal serta alkohol yang bisa membuat para tamunya bertindak diluar batasnya. Dan yang lebih melelahkan sekaligus menyakitkan bagi mereka adalah anggapan oleh sebagian masyarakat yang menganggao mereka itu wanita gampang, murahan dan yang lebihnya lagi adalah sebagai perusak rumah tangga orang. Tetapi harus diakui sangatlah sulit untuk lepas dari jeratan pekerjaan ini, kebiasaan mudah mendapatkan rupiah untuk memenuhi kebutuhan mereka salah satunya.

1.1.1 Fokus Penelitian

Dari uraian konteks penelitian yang sudah kita paparkan diatas,berada dalam kehidupan yang tidak luput dari dunia hiburan malam khususnya kepada wanita malam atau wanita pekerja seks komersial dan hal demikian peneliti berkeyakinan untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam lagi.

Maka peneliti tertarik untuk memformulasikan fokus penelitian dengan judul :
“Bagaimana Simbol Komunikasi Pemandu Lagu dalam Melayani Pelanggan”
(Studi Interaksi Simbolik Verbal dan Nonverbal pada Pemandu Lagu dalam Melayani Pelanggan Karaoke *Executive X* di Bandung) yang sengaja tidak dicantumkan namanya atas permintaan *Head Escort*.

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan peneliti ini adalah :

- 1 Bagaimana Simbol Komunikasi Verbal yang digunakan oleh Pemandu Lagu dalam melayani Pelanggan Karaoke Executive X di Bandung?
- 2 Bagaimana Simbol Komunikasi Nonverbal yang digunakan oleh Pemandu Lagu dalam Melayani Pelanggan Karaoke Executive X di Bandung?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, yaitu: Untuk mengetahui **Simbol Komunikasi Pemandu Lagu dalam Melayani Pelanggan** (Studi Interaksi Simbolik Verbal dan Nonverbal Pemandu Lagu dalam Melayani Pelanggan Karaoke *Executive X* di Bandung)

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, untuk menjawab pertanyaan penelitian-penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

- 1 Untuk mengetahui Komunikasi Verbal yang digunakan oleh Pemandu Lagu dalam melayani Pelanggan Karaoke Executive X di Bandung

- 2 Untuk mengetahui Komunikasi Nonverbal yang digunakan oleh Pemandu Lagu dalam melayani Pelanggan Karaoke Executive X di Bandung

1.1.4 Jenis Studi

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema tema teori ini dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula kerangka asumsi teori ini. George Herbert Mead (dalam West dan Turner, 2008: 98) telah mempelajari teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan asumsi-asumsi yang memperlihatkan tiga tema besar:

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

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Dibutuhkan konstruksi interpretif di antara orang-orang untuk menciptakan makna. Bahkan tujuan dari interaksi, menurut interaksi simbolik, adalah untuk menciptakan makna yang sama. Hal ini penting karena tanpa makna yang sama berkomunikasi akan menjadi sulit, atau bahkan tidak mungkin. Coba seseorang bayangkan berbicara dengan seorang teman jika seseorang harus menjelaskan semua makna idiosinkratik yang seseorang miliki untuk setiap kata yang seseorang gunakan, dan teman seseorang harus melakukan hal yang serupa.

Menurut Larossa dan Reitzes (dalam West dan Turner, 2008: 101), tema ini mendukung tiga asumsi interaksi simbolik yang diambil dari karya Herbert Blumer (1969). Asumsi-asumsi ini adalah sebagai berikut:

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

Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori interaksi sosial mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dan menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang-orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok mereka dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis yaitu:

- 1 Orang-orang bertindak menghadapi sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki.
- 2 Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial.
- 3 Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif.

Asumsi teori ini adalah orang-orang memiliki cara tertentu dalam melakukan pemaknaan, interpretatif (penafsiran), tindakan-tindakan. *Mind* (pikiran), *self* (diri sendiri), dan *society* (masyarakat) bekerja sama mempengaruhi bagaimana orang-

orang melakukan pemaknaan. Pondasi secara historis dalam ilmu-ilmu sosial, teori interaksionisme simbolik memiliki tiga asumsi tentang proses komunikasi. Teori ini mengasumsikan komunikasi belangsung ketika orang-orang berbagi makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar. Para interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang-orang dibentuk melalui komunikasi. Di sana terdapat asumsi bahwa sosial dan tindakan kolektif terjadi ketika komunikator paham dan bernegosiasi tentang pemaknaan orang lain. Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori interaksi sosial mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dapat menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis:

- 1 Orang-orang bertindak terhadap sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki,
- 2 Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial;
- 3 Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif. Teori ini mengemukakan bahwa setiap orang dari orang-orang ini atau orang-orang membuat makna melalui proses yang dipertajam oleh pemakna orang lain dan proses pembuatan makna. (Ardianto, 2011: 158)

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan kepada semua manusia bahwa profesi sebagai Pemandu Lagu tidak seluruhnya negatif seperti yang diketahui masyarakat umum, tetapi banyak Pemandu Lagu di Indonesia yang menjadi tulang punggung keluarga karena sulitnya mencari lapangan pekerjaan akibat krisis moneter yang berkepanjangan di Indonesia walaupun Pemandu Lagu bekerja dengan penuh resiko, penyakit dan sweeping.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Memberikan masukan-masukan (input) yang dapat memberikan pemahaman bagi orang-orang yang mengajarkan pendidikan ilmu sosial dan orang-orang yang mengkaji permasalahan sosial mengenai kompleksnya permasalahan yang menyebabkan seseorang memilih dan memutuskan suatu pekerjaan yang kadang disadarinya dapat merugikan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini bagi peneliti, yaitu dapat menambah wawasan dalam hal penelitian, memahami sebuah permasalahan sosial yang ditinjau dari ilmu pengetahuan, menumbuhkan rasa peduli terhadap para perilaku menyimpang khususnya Pemandu Lagu Karaoke

Bagi Pemandu Lagu Karaoke, penelitian ini diharapkan dapat menemukan akar permasalahan yang dihadapi Pemandu Lagu Karaoke.

Untuk Pemerintah yang bersangkutan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk memecahkan penyakit masyarakat dalam bidang prostitusi yang terjadi pada pemandu lagu tanpa mengorbankan hak-hak dasar Pemandu Lagu Karaoke tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat mengupas permasalahan serta dapat menemukan solusi yang tepat untuk mengurangi prostitusi yang ada pada pemandu lagu.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Review Matrix Hasil Penelitian terdahulu

Tabel 1.1 Matriks Peneliti terdahulu

No	Peneliti	Judul SubJudul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nuri Irmawati. 2014. Program studi fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Konsep diri dalam dinamika psikososial wanita pemandu karaoke di kota Solo	Deskriptif Kualitatif	Konsep diri dalam dinamika psikososial merupakan suatu gambaran bagaimana seseorang mampu memandang dan menilai dirinya sendiri yang menyangkut bagaimana individu tersebut berperan dalam lingkungan sosialnya. Faktor yang mempengaruhi terbentuk konsep diri seorang pemandu lagu berupa respn yang berbentuk perilaku, penilaian atau sudut pandang masyarakat terhadap pemandu karaoke, latar belakang keluarga, dan lingkungan tempat tinggal (sosial)
2	Riska Dian Pangestuti, 2014. Program studi fakultas psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang	Identifikasi konsep diri pada pemandu karaoke	Deskriptif Kualitatif	Faktor yang paling kuat mempengaruhi konsep diri keempat subjek adalah faktor <i>self appraisal-viewing self as an object, reaction and response of others</i> , dan <i>reference groups</i> . Setiap subjek menyadari konsep dirinya sebagai modal yang harus dijaga dan dirawat, khususnya dalam aspek fisik dalam konsep diri yang secara langsung menunjang profesinya untuk menarik

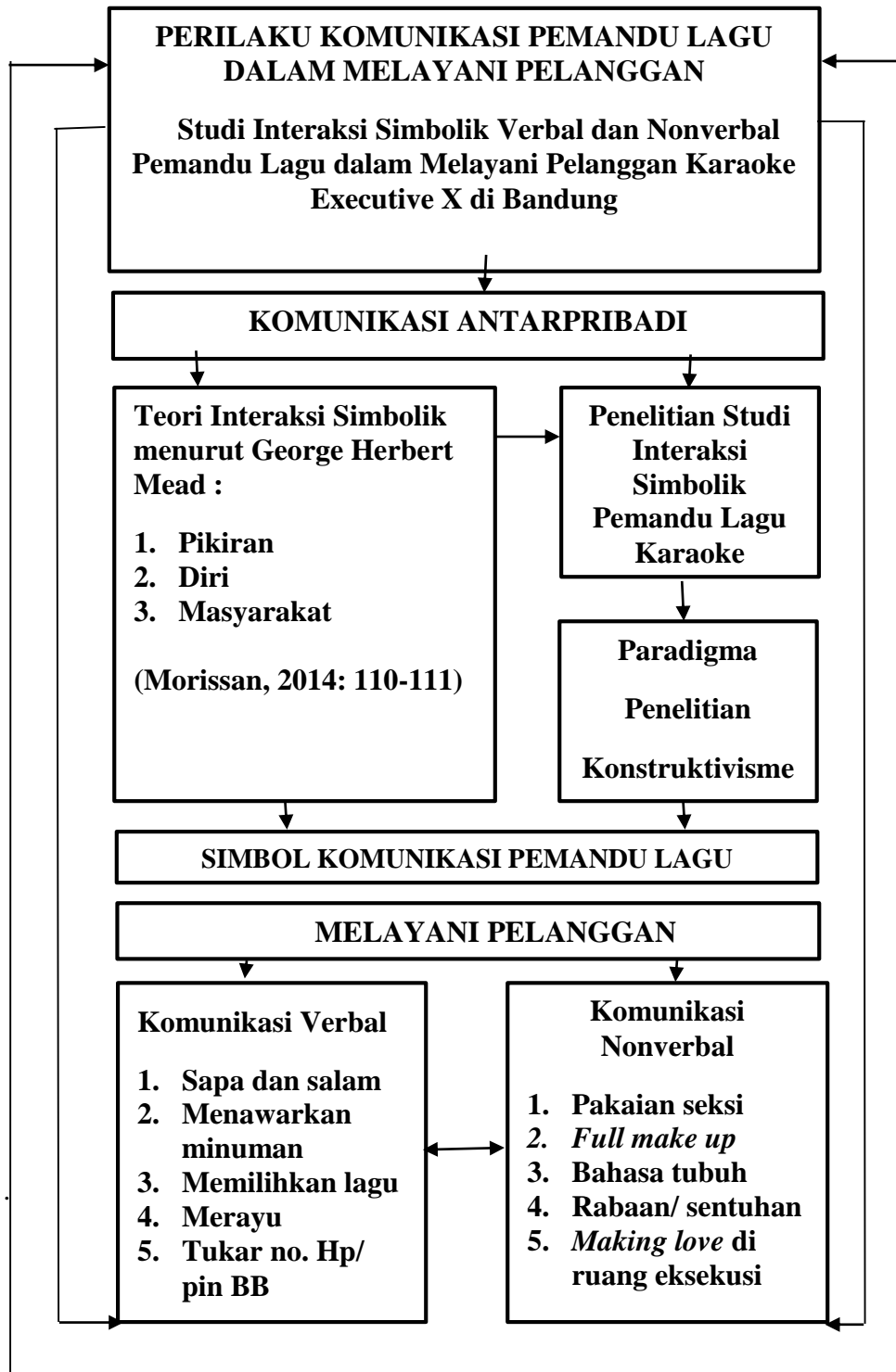
				<p>tamu. Profesi sebagai pemandu karaoke bagi keempat subjek bukanlah pilihan utama mereka, akan tetapi faktor kebutuhan ekonomi material menjadikan mereka melakukan pekerjaan ini.</p>
3	<p>Aprizal Wahyu Darmawan. Program studi Departemen Sosiologi, FISIP, Universitas Airlangga</p>	<p>JURNAL SOSIAL DAN POLITIK Kontruksi Sosial Pekerja Pural Karaoke (Studi Deskriptif Tentang Arti Pural Pada Para Pekerja Pural Yang Aktif Berstatus Pelajar)</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Public Relation atau pural dapat disimpulkan adalah Public Relations atau pural sebagai “Method of Communications”, Disini perbedaan yang terjadi ketika masyarakat mengatakan apa definisi Public Relations itu sendiri banyak yang menyatakan bahwa bahwa pural atau Public Relations itu merupakan serangkaian atau sistem kegiatan yang terjadi dalam suatu organisasi. Tetapi disisi lain masyarakat juga mengenal arti pural itu sendiri seperti wanita panggilan yang pekerjaannya menemani tamunya untuk bernanyi ditempat karaoke. Fokus penelitian ini adalah bagaimana mengetahui latar belakang ter bentuknya pural dan memahami bagaimana pemaknaan seorang pural terhadap sebuah perilaku pural yang berstatus sebagai pelajar</p>
4	<p>Sri Handayani. 2012. Fakultas Kesehatan</p>	<p>Perilaku Beresiko HIV & AIDS</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Pemandu karaoke adalah perempuan yang bekerja sebagai teman tamu dalam berkaraoke, yang tugas</p>

		<p>pada Pemandu Karaoke di Resosialisasi Argorejo Kota Semarang 2012</p>	<p>utamanya menyiapkan peralatan dan lagu sebelum tamu berkaraoke, berdasarkan hasil penelitian Griya Asa di resosialisasi Argorejo menunjukkan bahwa 60 % dari 250 sampel yang diambil positif IMS. Sebagian besar pemandu karaoke hanya lulus SMP dan belum menikah. Norma subyektif yang mendorong untuk melayani seks adalah keinginan untuk meniru temannya serta dorongan ekonomi. Sikap pemakaian kondom yang masih rendah dimana pemandu karaoke masih menerima tamu yang tidak mau memakai kondom. Pengetahuan mengenai HIV & AIDS yang masih rendah. Niat untuk melayani seks adalah untuk mendapatkan penghasilan lebih dibandingkn pemandu karaoke biasa. Praktik perilaku beresiko HIV & AIDS pada pemandu karaoke adalah frekuensi gonta-ganti pasangan yang tinggi dan daya tawar kondom yang masih rendah. Untuk itu diperlukan peran serta dari masyarakat untuk menekan persebaran HIV & AIDS lebih luas. Serta peningkatan pengetahuan pada pemandu karaoke untuk meningkatkan</p>
--	--	--	---

				kesadaran dalam mencegah penularan HIV&AIDS; lebih luas.
5	Novita Fatihatul Khoiriyah, Anggun Trisnasari, S.SiT., M.Kes, Isfaizah, S.SiT. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Ngudi Waluyo Ungaran	Pengetahuan dan Motivasi Pemandu Karaoke tentang Skrining IMS di Wilayah Sarirejo Kota Salatiga.	Deskriptif Kualitatif	Pemandu karaoke adalah seseorang yang bekerja dengan mendapatkan pelanggan dari cafe atau tempat karaoke yang tugas utamanya menyiapkan peralatan dan lagu sebelum berkaraoke serta menemani tamu saat berkaraoke. Kelompok resiko tinggi IMS salah satunya adalah pemandu karaoke. Pemandu karaoke beresiko terkena IMS disebabkan karena dalam ruang berkaraoke dapat diajak dan dijadikan tempat bertransaksi seksual. Untuk itu diperlukan kegiatan skrining IMS.

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



1.2.3 Landasan Teoritis

1.2.3.1 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema tema teori ini dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula kerangka asumsi teori ini. George Herbert Mead (dalam West dan Turner, 2008: 98) telah mempelajari teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan asumsi-asumsi yang memperlihatkan tiga tema besar:

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

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Dibutuhkan konstruksi interpretif di antara orang orang untuk menciptakan makna. Bahkan tujuan dari interaksi, menurut interaksi simbolik, adalah untuk menciptakan makna yang sama. Hal ini penting karena tanpa makna yang sama berkomunikasi akan menjadi sulit, atau bahkan tidak mungkin. Coba seseorang bayangkan berbicara dengan seorang teman jika seseorang harus menjelaskan semua makna idiosinkratik yang seseorang miliki untuk setiap kata yang seseorang gunakan, dan teman seseorang harus melakukan hal yang serupa.

Menurut Larossa dan Reitzes (dalam West dan Turner, 2008: 101), tema ini mendukung tiga asumsi interaksi simbolik yang diambil dari karya Herbert Blumer (1969). Asumsi-asumsi ini adalah sebagai berikut:

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

Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori interaksi sosial mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dan menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang-orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok mereka dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis yaitu:

- 1 Orang-orang bertindak menghadapi sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki.
- 2 Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial.
- 3 Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif.

Asumsi teori ini adalah orang-orang memiliki cara tertentu dalam melakukan pemaknaan, interpretatif (penafsiran), tindakan-tindakan. *Mind* (pikiran), *self* (diri sendiri), dan *society* (masyarakat) bekerja sama mempengaruhi bagaimana orang-

orang melakukan pemaknaan. Pondasi secara historis dalam ilmu-ilmu sosial, teori interaksionisme simbolik memiliki tiga asumsi tentang proses komunikasi. Teori ini mengasumsikan komunikasi belangsung ketika orang-orang berbagi makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar. Para interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang-orang dibentuk melalui komunikasi. Di sana terdapat asumsi bahwa sosial dan tindakan kolektif terjadi ketika komunikator paham dan bernegosiasi tentang pemaknaan orang lain. Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori interaksi sosial mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dapat menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis:

- 1 Orang-orang bertindak menghadi sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki,
- 2 Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial;
- 3 Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif. Teori ini mengemukakan bahwa setiap orang dari orang-orang ini atau orang-orang membuat makna melalui proses yang dipertajam oleh pemakna orang lain dan proses pembuatan makna. (Ardianto, 2011: 158)

1.2.3.2 Teori Konstruksi Sosial Diri

Teori Konstruksi sosial realitas merupakan ide atau prinsip utama dalam tradisi sosiokultural. Ide ini menyatakan bahwa dunia sosial kita tercipta karena adanya interaksi antar manusia.

Diantara para ahli sosial kontemporer yang banyak membuat asumsi mengenai konstruksi sosial adalah Rom Harre. Ia mengakui bahwa manusia memiliki aspek individual dan sosial, dan seperti pengalaman lainnya, diri manusia dibentuk oleh teori pribadinya. Orang pada dasarnya mencoba dan memahami dirinya dengan menggunakan ide atau teori mengenai manusia (*personhood*) dan teori mengenai diri (*selfhood*).

Menurut Harre, manusia adalah makhluk yang terlihat atau diketahui secara publik serta memiliki sejumlah atribut dan sifat yang terbentuk didalam kelompok budaya dan sosial. Misalnya masyarakat berkebudayaan barat (Eropa dan Amerika) pada umumnya memandang manusia sebagai makhluk otonom yang membuat pilihannya sendiri untuk mencapai tujuannya. Adapun diri adalah ide atau pandangan pribadi yang bersangkutan sebagai manusia. Dengan demikian, terdapat dua ide dalam hal ini, yaitu ide “saya sebagai manusia” yang bersifat publik dan ide mengenai “diri” yang bersifat pribadi atau privat (Morissan, 2014: 114).

Menurut pandangan ini, sifat manusia diatur oleh kebudayaan sedangkan sifat diri diatur oleh teori yang dimiliki orang bersangkutan mengenai dirinya sendiri sebagai salah satu anggota kebudayaan. Dengan demikian manusia sebagai makhluk

pribadi (*personal being*), memiliki dua sisi yaitu sisi sebagai makhluk sosial dan sisi lainnya sebagai makhluk pribadi (diri).

Banyak masyarakat di dunia dengan kebudayaan tradisionalnya memiliki konsep tersendiri mengenai manusia yang dipandang sebagai perwujudan dari perannya dalam masyarakat seperti ibu, ayah, pendeta, petani dan dukun. Manusia secara umum dipandang sebagai manifestasi dari peran-peran tersebut. Sedangkan setiap orang akan memberi sifat, perasaan dan karakter tertentu terhadap dirinya, sebagai individu, sebagai individu di dalam suatu peran: “Saya bapaknya Yusuf, saya adalah seorang petani. Saya bapak yang baik dan petani yang baik.”

Teori mengenai diri dipelajari melalui pengalaman berinteraksi dengan orang lain. Seluruh pemikiran, keinginan dan emosi dipelajari melalui interaksi sosial. Namun teori mengenai diri ini berbeda-beda antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya yang disebabkan kondisi sosial dan kebudayaan yang juga berbeda. Misalnya pada budaya masyarakat barat terdapat teori mengenai diri yang menekankan pada keseluruhan, tidak terbagi serta independen. Sebaliknya orang Jawa melihat diri mereka menjadi dua bagian yang independen yaitu perasaan yang berada dalam diri serta tingkah laku luar yang dapat diamati. Orang Maroko di Afrika Utara memiliki teori berbeda mengenai diri yaitu perwujudan dari tempat dan situasi. Dengan demikian, identitas mereka selalu terikat kepada situasi di mana mereka berada .

Menurut teori ini, “diri” terdiri atas seperangkat elemen yang dapat ditinjau ke dalam tiga dimensi. Dimensi yang pertama adalah “dimensi penunjukan” (*display*)

yaitu, apakah aspek dari diri itu dapat ditunjukkan kepada pihak luar (*public*) atau merupakan sesuatu yang bersifat privat. Misalnya, orang dapat menganggap emosinya sebagai sesuatu yang pribadi sementara kepribadiannya (*personality*) adalah berdimensi publik. Pada kebudayaan lain, emosi dapat dinilai sebagai memiliki dimensi publik (Morissan, 2014: 115).

Dimensi kedua adalah realisasi atau sumber, yaitu tingkatan atau derajat pada bagian atau wilayah tertentu dari “diri” yang dipercaya berasal dari dalam individu sendiri atau berasal dari luar. Dengan demikian terdapat elemen pada diri yang berasal dari internal ataupun eksternal. Elemen diri yang dipercaya berasal dari internal disebut dengan istilah *individually realized* atau “disadari sendiri” sedangkan elemen diri yang dipercaya berasal dari hubungan orang itu dengan kelompoknya disebut *collectively realized* atau “disadari bersama”. Misalnya, kata “tujuan” dapat dianggap sebagai sesuatu yang disadari sendiri karena merupakan sesuatu yang dimiliki individu. Sebaliknya kata “kerja sama” dapat dianggap sebagai sesuatu yang disadari bersama karena merupakan sesuatu yang hanya dapat dilakukan sebagai anggota dari suatu kelompok.

Dimensi ketiga disebut dengan “agen” (*agency*) yaitu derajat atau tingkatan kekuatan aktif yang ditimbulkan oleh diri. Elemen aktif merupakan tindakan yang dilakukan orang seperti “berbicara” atau “mendengarkan radio” atau “menonton televisi”. Diri seseorang bisa berbeda seperti emosi, kepribadian, tujuan dan kerja sama yang diberi makna secara berbeda di dalam tiga skema dimensi tadi. Misalnya, masyarakat Anglo-Saxon di Eropa Utara cenderung untuk memperlakukan emosi

mereka sebagai sesuatu yang diperlihatkan secara pribadi (*privately displayed*), disadari sendiri dan menjadikan emosi sebagai elemen pasif. Dengan kata lain, mereka percaya bahwa emosi hanya terjadi kepada mereka dan di dalam diri mereka saja. Sebaliknya, masyarakat di Eropa Selatan memandang emosi sebagai bersifat publik, kolektif dan aktif. Dengan kata lain, mereka percaya bahwa emosi adalah sesuatu yang mereka ciptakan sebagai suatu kelompok ditunjukkan bersama-sama.

Seluruh teori mengenai diri yang sudah dibahas tersebut memiliki tiga elemen yang sama. Pertama, semua teori itu membahas mengenai kesadaran diri (*self-consciousness*), ini berarti bahwa orang memikirkan dirinya atau berbicara mengenai dirinya maka ia menunjukkan kesadaran dirinya. Dengan demikian terdapat dua hal dari kata “saya” yang harus diketahui yaitu “saya” sebagai diri yang “mengetahui” dan “saya” sebagai diri yang “diketahui” (*known about*). Misalnya contoh berikut ini: “Saya tahu bahwa saya takut.” Saya yang pertama menunjukkan rasa menyadari (*sense of being aware*) dan saya kedua menunjukkan rasa menjadi orang yang takut.

Hal lain yang perlu ditambahkan mengenai ide tentang kesadaran diri atau *self-consciousness* ini adalah mengenai bagian diri yang terdiri atas dua bagian yang disebut dengan “agen” dan “autobiografi”. Diri selalu dilihat memiliki kekuatan tertentu untuk melakukan berbagai hal. Manusia memandang diri mereka sebagai agen yang mampu memiliki keinginan dan dapat melakukan tindakan. Auto-biografi adalah suatu rasa memiliki pengalaman sejarah dan masa depan. Agen berperan ketika seseorang merencanakan sesuatu dan autobiografi berperan ketika orang itu menceritakan mengenai dirinya kepada orang lain.

1.2.3.3 Teori Presentasi Diri

Teori Presentasi Diri Menurut Erving Goffman seorang sosiolog terkenal pada abad ke-20 menggambarkan Teori Presentasi Diri sebagai kehidupan perumpamaan pentas pertunjukan drama, situasi atau setting dalam kehidupan sehari-hari. Dapat diumpamakan sebagai panggung pertunjukan dan manusia adalah aktornya yang menggunakan pertunjukan itu untuk memberi kesan kepada para penonton. Jika kita berada di dalam suatu situasi maka kita sebenarnya tengah dalam suatu pertunjukan. Kita harus memutuskan bagaimana kita menempatkan diri, apa yang harus dikatakan dan bagaimana bertindak. (Morissan, 2014: 122)

Goffman memulai teorinya dengan asumsi bahwa manusia harus berupaya memahami setiap peristiwa atau situasi yang tengah dihadapinya. Interpretasi yang diberikan terhadap situasi yang tengah dihadapi merupakan definisi dari situasi tersebut. Ketika kita memasuki suatu situasi, kita akan bertanya pada diri kita sendiri: "Apa yang sedang terjadi kepada diri kita?". Jawaban yang anda berikan terhadap pertanyaan merupakan definisi dari situasi tersebut. Adakalanya definisi pertama kurang memadai sehingga terjadi kesalahan atau salah paham maka kita harus membaca ulang situasi tadi. (Morissan, 2014: 122)

Menurut Goffman, definisi dari situasi dapat dibagi ke dalam "garis" dan bingkai. Suatu garis ialah urutan aktifitas seperti membuka pintu lemari pendingin, mengambil botol air, menuangkan air ke gelas, meminum air, dan meletakkan gelas di meja. Suatu bingkai adalah suatu pola terorganisasi yang digunakan untuk

menentukan garis, garis tersebut misalnya dapat dibingkai dengan nama” mengambil air minum”. (Morissan, 2014: 122-123)

Analisis bingkai (*frame analysis*) dengan demikian merupakan proses untuk menentukan bagaimana individu manusia mengatur dan memahami tingkah lakunya dalam situasi tertentu. Analisis bingkai memungkinkan kita untuk mengidentifikasi dan memahami peristiwa, memberikan makna kepada peristiwa dan segala kegiatan hidup manusia. Analisis bingkai terdiri atas bingkai kerja natural yaitu peristiwa alam yang tak terduga yang harus bisa diatasi oleh manusia, misalnya rencana untuk potong rambut. (Morissan, 2014: 123)

Dari pembahasan diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa setiap manusia pasti akan mengalami suatu situasi dimana dia harus bisa mengatasi masalah tersebut, memulainya dengan mempersepsikan diri memikirkan sebelum melakukan dan mengambil tindakan dengan kata yang baik guna mencapai komunikasi yang baik. Setiap akan seperti berada di panggung drama saat mereka berada dalam situasi tersebut seperti yang diungkapkan oleh ahli teori Presentasi Diri yaitu Goffman.

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

A Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.” (Effendy, 2003:9).

Komunikasi adalah penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan symbol-symbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator” (Effendy, 2003:49)

Dance menemukan tiga dimensi konseptual penting yang mendasari definisi-definisi komunikasi, Antara lain:

- 1 Tingkat observasi (*level of observation*) atau derajat keabstrakanya.

Misalnya, definisi komunikasi sebagai “proses yang menghubungkan satu sama lain bagian-bagian terpisah dunia kehidupan” adalah terlalu umum, sementara komunikasi sebagai “alat untuk mengirim pesan militer, perintah dan sebagainya lewat telepon, telegraf, radio, dan sebagainya”

- 2 Kesengajaan (*intentionality*).

Sebagian definisi mencakup hanya pengiriman dan penerimaan pesan yang disengaja; sedangkan sebagian definisi lainnya tidak menuntut syarat ini. Contoh definisi yang mensyaratkan kesengajaan ini dikemukakan Gerald R. Miller, yakni komunikasi sebagai “situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.” Sedangkan definisi komunikasi yang mengabaikan kesengajaan adalah definisi yang dinyatakan Alex Gode, yakni “suatu proses yang membuat sama bagi dua orang atau lebih apa yang tadinya merupakan monopoli seseorang atau sejumlah orang.”

- 3 Penilaian normatif. Sebagian definisi, meskipun secara implisit, menyertakan keberhasilan atau kecermatan; sebagian lainnya tidak seperti itu. Definisi

komunikasi dari John B. Hoben, misalnya mengasumsikan bahwa komunikasi itu (harus) berhasil: “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan”. Asumsi dibalik definisi tersebut adalah bahwa suatu pikiran atau gagasan secara berhasil dipertukarkan. Sebagian definisi lainnya tidak otomatis mensyaratkan keberhasilan ini, seperti definisi dari Bernard Berelson dan Gary Steiner. “Komunikasi adalah tranmisi informasi”.

Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai “proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih”, sedangkan Gudykunst dan Kim mendefinisikan komunikasi (antarbudaya) sebagai “proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna antara orang-orang (dari budaya yang berbeda-beda)”. (Mulyana, 2015:60-65)

B Tiga Konseptualisasi Komunikasi

Deddy Mulyana (2015: 67-76) menjelaskan sebagaimana dikemukakan John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken , ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.

1 Komunikasi Sebagai Tindakan Satu-Arah

Komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung

(tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi.

Pemahaman komunikasi sebagai proses oleh Michael Burgoon disebut “Definisi berorientasi sumber (*source-oriented definition*).” Definisi ini mengisyaratkan komunikasi sebagai semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respons orang lain. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah sebagai berikut:

a. Bernald Berelson dan Gary A. Steiner

“Komunikasi tranmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses tranmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.”

b. Theodore M. Newcomb

“Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu tranmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang driskiminatif, dari sumber kepada penerima.”

c. Carl I. Hovland

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”

d. Everett M. Rogers

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari. sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

e. Raymond S. Ross

“Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

f. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante

“Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.”

g. Harold D. Lasswell

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?

2 Komunikasi Sebagai Interaksi

Interaksi dalam arti sempit berarti saling mempengaruhi (*mutual influence*). Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian.

Komunikasi sebagai interaksi dipandang sedikit lebih dinamis daripada komunikasi sebagai tindakan satu arah.

Salah satu unsur yang dapat ditambahkan dalam konseptualisasi kedua ini adalah umpan balik (*feed back*), apa yang disampaikan penerima pesan kepada

sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang ia sampaikan sebelumnya

3 Komunikasi Sebagai Transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Kelebihan konseptualisasi sebagai komunikasi intraksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Artinya, komunikasi terjadi apakah pelakunya menyengajanya atau tidak dapat diamati

Beberapa definisi yang sesuai dengan pemahaman ini adalah, antara lain:

a. John R. Wenburg dan William W. Wilmot:

“Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna.”

b. Donald Byker dan Loren J. Anderson:

“Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih”

c. William L. Gorden:

“Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan”.

d. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson:

“Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna”.

e. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss:

“Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih.”

f. Diana K. Ivy dan Phil Backlund

“Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna”.

g. Karl Erik Rosengre

“Komunikasi adalah interaksi subjektif purposif melalui bahasa manusia yang berartikulasi ganda berdasarkan simbol-simbol”.

C Proses Komunikasi

Proses komunikais terjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder:

1 Proses Komunikasi secara Primer

Proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media

2 Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai meda pertama (Effendy, 2015: 11-16)

1.2.4.2 Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Antarpribadi

A Definisi Komunikasi Antarpribadi

Menurut Deddy Mulyana (2015: 81), komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang

memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.

Joseph A. Devito (eds-5: 252) mengatakan bahwa para ahli teori komunikasi mendefinisikan komunikasi antarpribadi secara berbeda-beda. Disini akan dibahas tiga pendekatan utama.

1 Definisi berdasarkan komponen (*Componential*)

Komunikasi antarpribadi dengan mengamati komponen-komponen utamanya, dalam hal ini penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan tujuan mendapatkan umpan balik.

2 Definisi berdasarkan hubungan diadil (*Relational (dyadic)*)

Komunikasi yang berlangsung diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas.

3 Definisi berdasarkan pengembangan (*developmental*)

Sebagai akhir dari perkembangan dari komunikasi yang bersifat tak pribadi (impersonal) pada satu eksterm menjadi komunikasi pribadi atau intim pada eksterm yang lain. Perkembangan ini mengisyaratkan atau mendefinisikan pengembangan komunikasi antarpribadi. Komunikasi antar pribadi ditandai oleh, dan dibedakan dari, komunikasi tak pribadi (impersonal) berdasarkan sedikitnya tiga faktor:

1 Prediksi berdasarkan data psikologis

Dalam interaksi antarpribadi kita bereaksi terhadap pihak lain berdasarkan data psikologis atau bagaimana orang ini berbeda dengan anggota lainnya.

2 Pengetahuan yang menjelaskan (*Explanatory Knowledge*)

Dalam interaksi antarpribadi kita mendasarkan komunikasi kita pada pengetahuan yang menjelaskan tentang masing-masing dari kita.

3 Aturan yang diterapkan secara pribadi

Mahasiswa dan profesor berperilaku satu terhadap yang lain menurut aturan (adat kebiasaan) sosial yang diterapkan oleh kultur. Tetapi bila hubungan antara seorang mahasiswa dan seorang profesor menjadi bersifat antarpribadi, adat kebiasaan sosial menjadi tidak penting. Peroranganlah yang menetapkan aturan. Sejauh perorangan ini menetapkan aturan untuk saling berinteraksi satu sama lain dan tidak menggunakan aturan yang ditetapkan oleh masyarakat mereka, situasinya bersifat antarpribadi.

Dapat dijelaskan hubungan antarpribadi dengan mengidentifikasi dua karakteristik penting. Pertama, hubungan antarpribadi berlangsung melalui beberapa tahap, mulai dari tahap interaksi awal sampai ke pemutusan (*dissolution*). Kedua hubungan antarpribadi berbeda-beda dalam hal keluasan (*breadth*) dan kedalamnya (*depth*). (Joseph A. Devito eds-5:254)

Komunikasi ini juga mempunyai daya tarik antarpribadi yang mana dalam mengembangkan hubungan, salah satu variabel yang paling penting dan paling banyak ditelaah adalah daya tarik (*attraction*). (Joseph A. Devito, eds-5:260)

Riset dan teori mengidentifikasi lima faktor utama yang mempengaruhi daya tarik:

A Daya tarik (Fisik dan kepribadian)

- B Kedekatan (Proksimitas)
- C Pengukuhan
- D Kesamaan
- E Sifat saling melengkapi (*Complementary*)

B Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Menurut Djoko Purwanto (2011: 27-28), mengatakan bahwa tujuan komunikasi antarpribadi, yaitu :

1 Menyampaikan Informasi

Ketika berkomunikasi dengan orang lain, tentu saja orang lain memiliki berbagai macam tujuan dan harapan. Salah satu diantaranya adalah untuk menyampaikan informasi kepada orang lain agar orang lain tersebut dapat mengetahui informasi kepada orang lain tersebut dapat mengetahui informasi tersebut.

2 Berbagi Pengalaman

Komunikasi antarpribadi memiliki fungsi atau tujuan untuk berbagi pengalaman yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan

3 Menumbuhkan Simpati

Simpati adalah suatu sikap positif yang ditunjukkan oleh seseorang yang muncul dari lubuk hati yang paling dalam untuk merasakan bagaimana beban, derita, musibah, kesedihan, kepiluan yang sedang dirasakan oleh orang lain

4 Melakukan Kerja Sama

Untuk melakukan kerja sama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.

5 Menceritakan Kekecewaan atau Kekesalan

Dapat digunakan seseorang untuk menceritakan rasa kecewa atau kekesalan pada orang lain. Dengan mengungkapkan rasa hati itu, sedikit banyak akan mengurangi beban pikiran. Kadang disebut dengan *plong* ketika telah bercerita apa yang selama ini dipendam.

6 Menumbuhkan Motivasi

Seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif. Motivasi adalah dorongan luar dari dalam diri dari seseorang untuk melakukan sesuatu.

C **Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau lisan. Komunikasi verbal menempati porsi besar karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

Simbol atau pesan verbal adalah “semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal” (Deddy

Mulyana, 2015: 260). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011: 51)

Komunikasi verbal yaitu suatu simbol yang menggunakan satu kata atau lebih atau sebuah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. (Mulyana, 2015: 260-261)

1 Fungsi Bahasa

Fungsi bahasa yang mendasar ialah untuk menamai atau menjuluki orang , objek dan peristiwa. Penamaan adalah dimensi pertama bahasa dan basis bahasa, dan pada awalnya itu dilakukan manusia sesuka mereka. (Mulyana, 2015: 266)

Menurut Larry L. Barker, bahasa memiliki tiga fungsi:

a. Penamaan (*naming atau labeling*)

Merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan atau orang dengan dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.

b. Interaksi

Menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.

c. Transmisi informasi

Informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Keistimewaannya dari transmisi informasi yaitu lintas waktu, menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Setelah dijabarkan fungsi bahasa meliputi:

- 1 Mempelajari apa saja yang menarik minat, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu yang tidak pernah ditemui, seperti bangsa Yunani Kuno atau bangsa Mesir
- 2 Sebagai sarana untuk berhubungan dengan orang lain, untuk mempengaruhi orang dengan mencapai tujuan kita.
- 3 Untuk hidup lebih teratur, saling memahami mengenal diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita.

D Komunikasi Nonverbal

1 Definisi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang 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 jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Sebagaimana yang diungkapkan Arni Muhammad memberikan definisi komunikasi non verbal sebagai berikut : “Komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata, melainkan menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, sikap tubuh, vocal yang bukan berupa kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya”. (Suranto, 2011: 146)

Sedangkan menurut Edward T. Hall mengartikan komunikasi non verbal sebagai berikut :

“Komunikasi non verbal adalah sebuah bahasa diam (*silent language*) dan dimensi tersembunyi (*hidden dimension*) karena pesan non verbal yang tertanam dalam konteks komunikasi”. (Mulyana, 2015: 344)

2 Ciri-Ciri Umum Pesan Nonverbal

Devito (2011:54) mengemukakan bahwa pesan-pesan non-verbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

1. Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
2. Komunikasi non verbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku non verbal

3. Pesan non verbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan nonverbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.
4. Pesan non verbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan non verbal.
5. Komunikasi non verbal di kendalikan oleh aturan.
6. Komunikasi non verbal seringkali bersifat metakomunikasi pesan non verbal seringkali berfungsi untuk mengomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun non verbal.

3 Klasifikasi Nonverbal

Hafied Cangara, (2003: 110) mengatakan Kinesik ialah kode non-verbal yang ditunjukkan oleh gerakan-gerakan badan. Yang dibedakan menjadi lima macam:

- a. *Emblems*, ialah isyarat yang punya arti langsung pada simbol yang dibuat oleh gerakan badan. Contoh, acung jempol berarti yang terbaik untuk orang Indonesia
- b. *Illustrator*, ialah isyarat yang dibuat dengan gerakan-gerakan badan untuk menjelaskan sesuatu, misalnya membuka telapak tangan ke bawah setinggi pinggul untuk menunjukkan objek yang dimaksud pendek.
- c. *Affect displays*, ialah isyarat yang terjadi karena adanya dorongan emosional sehingga berpengaruh pada ekspresi muka, misalnya tertawa, menangis, tersenyum dan sebagainya.

- d. *Regulators*, ialah gerakan-gerakan tubuh yang terjadi pada daerah kepala, menggaruk garuk kepala tanda bingung, mengangguk tanda setuju, dan menggeleng tanda menolak.
- e. *Adaptory*, ialah gerakan badan yang dilakukan sebagai tanda kejengkelan. Misalnya meggerutu, mengepalkan tinju, membunyikan sendi sendi tangan. Selain gerakan badan yang dilakukan oleh kepala dan tangan, juga gerakan gerakan kaki bisa memberi isyarat seperti halnya posisi duduk, berkacak pinggang dan sebagainya.

1. Petunjuk Wajah

Petunjuk wajahpun menimbulkan persepsi yang dapat diandalkan. Penelitian Ekman dikritik karena ada kemungkinan keseragaman persepsi wajah ini disebabkan kontak kultural bangsa bangsa tersebut. Kontak ini berlangsung melalui televisi, film, majalah atau surat kabar.

Walaupun petunjuk fasial (wajah) dapat mengungkapkan emosi, tidak semua orang mempersepsi emosi itu dengan cermat. Ada yang sangat sensitive pada wajah, ada yang tidak. Ini tergantung pada kepekaan komunikasi dalam menerima stimulus dari petunjuk wajah komunikator. (Jalaluddin, 2011:86)

2. Petunjuk Paralinguistik

Menurut Jalaluddin Rahmat, (2001: 86). Paralinguistik ialah cara orang mengucapkan lambang-lambang verbal. Jadi, jika petunjuk verbal menunjukkan apa yang diucapkan, petunjuk paralinguistik mencerminkan *bagaimana*

mengucapkannya. Ini meliputi tinggi-rendahnya suara, tempo bicara, gaya verbal (dialek), dan interaksi (perilaku ketika melakukan komunikasi atau obrolan).

Maksudnya yaitu bagaimana cara orang mengucapkan lambang-lambang verbal, jadi jika petunjuk verbal menunjukkan apa yang diucapkan, petunjuk paralinguistik mencerminkan bagaimana mengucapkannya. Ini meliputi tinggi-rendahnya suara, tempo bicara, gaya verbal (dialek), dan interaksi (perilaku ketika melakukan komunikasi atau obrolan). Suara keras akan dipersepsi marah atau menunjukkan hal yang sangat penting. Tempo bicara yang lambat, ragu-ragu, dan tersendat-sendat, akan dipahami sebagai ungkapan rendah diri atau kebodohan. Dialek digunakan menentukan persepsi juga. Bila perilaku komunikasi (cara bicara) dapat memberikan petunjuk tentang kepribadian persona stimuli, suara mengungkapkan keadaan emosional.

3. Petunjuk Artifaktual

Petunjuk arifaktual meliputi segala macam penampilan (*appearance*) sejak potongan tubuh, kosmetik yang dipakai, baju, tas, pangkat, badge, dan atribut-atribut lainnya. Petunjuk verbal juga mempunyai peran. Yang dimaksud dengan petunjuk verbal disini adalah *isi* komunikasi persona stimuli, bukan *cara*. Misalnya, orang yang menggunakan pilihan kata-kata yang tepat, mengorganisasikan pesan secara sistematis, mengungkapkan pikiran yang dalam dan komprehensif, akan menimbulkan kesan bahwa orang itu cerdas dan terpelajar." (Jalaluddin, 2011: 86-87)

Komunikasi nonverbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi non verbal memiliki fungsi untuk :

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata
3. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat
(Cangara, 2005:106)

Fungsi dari komunikasi nonverbal dapat menjelaskan maksud dari penyampain pesan itu sendiri. Menurut Mark L. Knapp fungsi-fungsi tersebut yaitu:

- 1 Repetisi
Mengulang kembali gagasan yang sebelumnya sudah disajikan secara verbal.
- 2 Subtitusi
Menggantikan lambang-lambang verbal.
- 3 Kontradiski
Menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal.
- 4 Komplemen
Melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal.

5 Aksentuasi

Menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya (Suranto, 2010: 173)

4 Jenis Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal yang kita anggap cukup penting ternyata dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pesan yang digunakannya. Dari jenis komunikasi non verbal yang pernah diberikan oleh para ahli sangat beragam. Adapun jenis-jenis komunikasi non verbal yaitu sebagai berikut :

- 1 Bahasa tubuh :
 - a. Isyarat tangan
 - b. Gerakan tangan
 - c. Postur tubuh dan posisi kaki
 - d. Ekspresi wajah dan tatapan mata
- 2 Sentuhan
- 3 Parabahasa
- 4 Penampilan fisik :
 - a. Busana
 - b. Karakteristik fisik
- 5 Bau-bauan
- 6 Orientasi ruang dan jarak pribadi :
 - a. Ruang pribadi dan ruang publik
 - b. Posisi duduk dan pengatutan ruangan

- 7 Konsep waktu
- 8 Diam
- 9 Warna
- 10 Artefak (Mulyana, 2015: 353-433)

1.2.4.3 Konsep Diri

Menurut Rakhmat (2008:104) konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi interpersonal, karena setiap orang bertindak laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Konsep diri pun memiliki andil penting dalam kehidupan seseorang, karena dapat mempengaruhi penilaian orang lain kepada diri kita. Konsep diri (*self concept*) merupakan suatu bagian yang penting dalam setiap pembicaraan tentang kepribadian manusia. Konsep diri merupakan sifat yang unik pada manusia, sehingga dapat digunakan untuk membedakan manusia dari makhluk hidup lainnya. Para ahli psikologi kepribadian berusaha menjelaskan sifat dan fungsi dari konsep diri, sehingga terdapat beberapa pengertian.

William D. Brooks mendefinisikan konsep diri sebagai :

“those physical, social and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences in our interaction with others.” (Pandangan dan perasaan kita terhadap diri kita. Persepsi tentang diri kita ini boleh bersifat psikolog ataupun sosial yang diperoleh dari pengalaman atau interaksi kita dengan orang lain).

Menurut Dedy Mulyana, (2015: 10), aspek-aspek konsep diri seperti jenis kelamin, agama, kesukuan, pendidikan, pengalaman, rupa fisik kita, dan sebagainya

kita internalisasikan lewat pernyataan (umpan balik) orang lain yang menegaskan aspek-aspek tersebut kepada kita, yang pada gilirannya menuntut kita berperilaku sebagaimana orang lain memandang kita.

Howard F. Stein dan Robert F. Hill menyebutkan inti diri (*the core of one's self*), sedangkan George De Vos melukiskannya dalam arti sempit sebagai “Perasaan sinambung dengan masa lalu, perasaan yang dipupuk sebagai bagian definisi-diri.”

Charles H. Cooley menyebut konsep diri itu sebagai *the looking glass self*, yang secara signifikan ditentukan oleh apa yang seseorang pikirkan mengenai pikiran orang lain terhadapnya

George Herbert Mead (1934) , mengembangkan konsep diri dengan cara menginternalisasikan dua tipe perspektif yang disampaikan pada kita : yaitu perspektif dari orang terdekat dan perspektif dari orang lain pada umumnya. (Julia T. Wood, 2013: 45)

1.2.4.4 Pemandu Lagu

Di wilayah karaoke, LC kepanjangannya yaitu : *lady-companion*. Artinya, gadis peneman tamu. Selain LC, ada juga beberapa istilah lain seperti *madame*, *hostes*, *escort* dan pemandu lagu yang biasanya masih digunakan di sejumlah karaoke. Hanya saja, saat ini sebutan LC lah yang paling sering digunakan.

LC, pekerjaan utamanya : menemani tamu minum, ngobrol dan yang pasti, menyanyi. Paling tidak, ketiga syarat itu harus dimiliki seorang LC. Tapi, dalam

perkembangan, tugas seorang LC lama-lama ‘menyesuaikan’ dengan tempat dimana mereka bekerja. LC bisa dikelompokkan dalam beberapa katagori:

- 1 LC yang menjalankan tugasnya sesuai dengan *rule of the game* yang sebenarnya. Artinya, LC yang “lurus-lurus” saja. Selain menemani minum, ngobrol dan nyanyi, mereka tak mau memberikan ekstra pelayanan yang lain.
- 2 LC dengan label “rada-rada”. Maksudnya, selain menemani ngobrol, minum dan (kalau bisa) nyanyi, tapi juga tidak menolak untuk memberikan atraksi BBM (Belai-Belai Mesra). Dalam istilah seksologi, mungkin lebih pas di’labeli’ *half-petting* atau bahasa gaulnya “kentang” alias kena tanggung.
- 3 *LC Party* adalah kelompok LC yang intinya : bisa diajak berpesta sampai tuntas. Istilah ‘*party*’ itu seolah ingin memberikan gambaran seluas-luasnya kalau mereka bisa memberikan ‘apa saja’ dalam rangka menyenangkan tamu yang membokingnya. Dari mulai ber-*naked*-ria sambil bernyanyi dan berjoget sampai *sex-service* ala *full-body-contact*.

Karena dari segi pelayanan yang diberikan berbeda-beda, harga yang dipatok untuk *LC Party* jauh di atas rata-rata. Bandrol 1 Voucher berkisar antara Rp. 350 – 500 ribu, maka untuk mendapatkan 1 *LC Party* setidaknya seorang tamu mesti membayar 3-5 voucher. Ini belum termasuk tips yang jumlahnya sangat mungkin berada di atas angka Rp. 500 ribu. Uang tip itu sangat bergantung pada durasi mereka bekerja. Durasi di atas 3 jam, pasti jumlahnya tips-nya lebih besar.

Selain bandrol voucher dan tuntutan tip yang di atas rata-rata, para *LC party* ini juga dikenal sebagai cewek-cewek “pro”. Maksudnya, profesional dalam melakoni

tugas yang berhubungan dengan transaksi seks. Di wilayah karaoke, ada dua jenis transaksi seks yang populer dan sampai kini masih jadi tren.

- a. OP alias transaksi dan eksekusi *seks on the spot*.
- b. BO >*Booking Out* alias transaksi seks ala *take away*. Datang dengan dijemput, pulang terserah tamu yang membooking-nya

Di beberapa karaoke, bandrol OP nggak kurang dari Rp. 1,5 juta. Itu belum termasuk jumlah voucher dan tip. Sementara, untuk transaksi BO, harganya tergantung dari negosiasi tamu dengan mami dan si LC. Tapi, rata-rata nggak kurang dari angka Rp. 2-3 juta

((http://emkamoammar.blogspot.co.id/2008_03_01_archive.html) di ambil pukul 17.02 di akses tanggal 22 januari 2016))

1.2.4.5 Perdagangan Orang

Pandangan masyarakat (*communias opinio*) bahwa perdagangan orang merupakan bentuk perbudakan modern yang tidak dapat kita bantah. Perdagangan orang juga menjadi salah satu dari lima kejahatan terbesar dunia yang harus ditanggulangi karena akibat yang ditimbulkan tidak saja pada aspek ekonomi tetapi juga aspek politik, budaya dan kemanusiaan. (Ali dan Pranomo, 2011: 1)

Perdagangan orang merupakan perdagangan dengan eksploitasi seksual semata, sehingga memiliki ruang lingkup yang sangat sempit. Padahal perdagangan orang tidak hanya berkaitan dengan eksploitasi seksual, tetapi juga berkaitan dengan aspek lain, seperti kerja paksa (*forced labor*). (Ali dan Pranomo, 2011: 16)

Menurut Aliansi Global Anti Perdagangan Perempuan (*Global Alliance Against the Trafficking of Women/GAATW*) mendefinisikan perdagangan orang sebagai

“All acts involved in the recruitment and/or transportation of a person within and across national borders for work or services by means of violence or threat of violence, abuse of authority or dominant position, debt bondage, deception or other forms of coercion”. (Semua tindakan yang terlibat dalam recruitment dan / atau transportasi dari orang dalam dan lintas batas nasional untuk bekerja atau jasa dengan cara kekerasan atau ancaman kekerasan , penyalahgunaan kekuasaan atau posisi dominan , jeratan utang , penipuan atau bentuk-bentuk pemaksaan).

Definisi ini secara jelas memisahkan antara perekrutan dan tujuan akhir perdagangan manusia dan bisa bersifat lintas negara ataupun dalam suatu negara.

(Ali dan Pranomo, 2011 :17)

Ellen L. Buckwalter juga mengatakan bahwa tak kurang dari 2,5 juta orang terdiri atas laki-laki, perempuan dan anak-anak menjadi korban perdagangan orang. Mereka dipaksa bekerja untuk kepentingan , seperti perburuhan, eksploitasi seksual, industri internasional, pornografi anak dan adopsi ilegal. (Ali dan Pranomo, 2011: 24)

Michelle O.P. Dunbar memperkirakan bahwa jumlah keuntungan yang diperoleh pelaku perdagangan orang mencapai 9,5 miliar dollar setiap tahunnya. Uang tersebut berhubungan erat dengan pencucian uang, perdagangan obat-obatan terlarang, pemalsuan dokumen, dan penyelundupan manusia.

Terdapat tiga cara memasuki dunia perdagangan orang, yaitu:

- 1 Beberapa diantaranya diculik ketika sedang berada diluar rumah dan kemudian dijual untuk memasuki kedalam dunia pelacuran
- 2 Dijual oleh keluarga mereka sendiri yang percaya bahwa anak-anak mereka akan menjadi pembantu rumah tangga atau pengantin bagi orang-orang cina yang singgah sementara di Amerika Serikat
- 3 Karena ditipu dengan janji akan dipekerjakan yang ternyata malah dijadikan sebagai pemuas nafsu laki-laki.

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut N. Abererombie bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999: 32), sedangkan menurut Nasution (: 5) penelitian kualitatif pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahas dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2013: 17) adalah proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah.

Menurut Sugiono yang dikutip pada bukunya yang berjudul “Memahami Penelitian Kualitatif”, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (2007:1)

Menurut Deddy Mulyana yang di kutip dari bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif”. Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif. (Mulyana, 2010: 150)

Untuk meneliti fenomena ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif (*descriptive reaserch*) yaitu suatu metode yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual, secara sistematis dan akurat. Penelitian deskriptif dapat di artikan sebagai penelitian yang dimaksudkan memotret fenomena individual, situasi atau kelompok yang terjadi secara kekinian. Peneliatian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau pun karakteristik individual, situasi, atau kelompok tertentu secara akurat

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

- 1 Realitas komunikasi antarpribadi dalam komunikasi public relations bersifat subyektif dan majemuk sebagaimana terlihat dari para perempuan Pemandu Lagu Karaoke Executive
- 2 Data bersifat emik yaitu berdasarkan sudut pandang para perempuan Pemandu Lagu Karaoke Eksekutif
- 3 Peneliti harus menjadi pelanggan atau orang dalam proses penarikan sampel bersifat purposif

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Paradigma adalah cara medasar untuk mempelajari, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu yang secara khusus tentang realitas. Dalam konteks konstruktivisme (Creswell, 2013: 12), peneliti memiliki tujuan utama, yakni berusaha memaknai (menafsirkan) makna-makna yang dimiliki orang lain tentang dunia ini.

Paradigma konstruktivisme berusaha memahami dunia pengalaman nyata yang kompleks dari sudut pandang individu-individu yang tinggal di dalamnya dalam rangka mengetahui makna, definisi dan pemahaman pelakunya tentang suatu realitas. Menurut Schwandt (Denzin dan Lincoln, 2009: 146), “dunia realitas kehidupan dan makna-makna situasi-spesifik yang menjadi obyek umum penelitian dipandang sebagai konstruksi para pelaku sosial”.

Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Deli dan rekan-rekan

sejawatnya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu (Morissan, 2013: 165-166)

Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial (Eriyanto 2004: 13).

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek

memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. (Ardianto dan Anees, 2007: 160)

Paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme, yaitu pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Delia untuk rekan-rekan sejawatnya. Konstruktivisme ini lebih berkaitan dengan program penelitian dalam komunikasi antarpersona. Penmann kemudian merumuskan empat kualitas komunikasi. Baginya, komunikasi harus bersifat konstitutif (menciptakan dunia), kontekstual (sesuai dan tergantung ruang dan waktu), beragam (muncul dalam bentuk yang berbeda-beda, tidak tunggal), dan tidak lengkap (selalu dalam proses, terus berubah). (Ardianto dan Anees, 2007: 157)

Paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. George Keely menegaskan cara pemahaman pribadi seseorang dilakukan dengan pengelompokan peristiwa menurut persamaan dan perbedaannya. Perbedaan ini menjadi dasar penilaian ihwal sistem kognitif individual yang bersifat pribadi dan karenanya berbeda dengan konstruksi sosial. Aliran ini meyakini bahwa sistem kognitif individu berkembang kompleks. (Ardianto dan Anees, 2007: 159)

Robyn Penmann (dalam Ardianto dan Anees, 2007: 158) merangkum kaitan konstruktivisme dalam hubungannya dengan ilmu komunikasi:

- 1 Tindakan komunikatif sifatnya sukarela. Pembuat komunikasi adalah subjek yang memiliki pilihan bebas, walaupun lingkungan sosial membatasi apa yang dapat dan telah dilakukan. Jadi tindakan komunikatif dianggap sebagai tindakan sukarela, berdasarkan pilihan subjeknya.
- 2 Pengetahuan adalah sebuah produk sosial, pengetahuan bukan sesuatu yang objektif sebagaimana diyakini positivisme, melainkan diturunkan dari interaksi dalam kelompok sosial. Pengetahuan itu dapat ditemukan dalam bahasa, melalui bahasa itulah konstruksi realitas tercipta.
- 3 Pengetahuan bersifat kontekstual, maksudnya pengetahuan merupakan produk yang dipengaruhi ruang waktu dan akan dapat berubah sesuai dengan pergeseran waktu.
- 4 Teori-teori menciptakan dunia. Teori bukanlah alat, melainkan sesuatu cara pandang realitas atau dalam batas tertentu teori menciptakan dunia. Dunia di sini bukanlah “segala sesuatu yang ada” melainkan “segala sesuatu yang menjadi lingkungan hidup dan penghayatan hidup manusia”, jadi dunia dapat dikatakan sebagai hasil pemahaman manusia atas kenyataan di luar dirinya.
- 5 Pengetahuan bersifat sarat nilai.

1.3.2 Pendekatan Penelitian Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema tema teori ini dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula

kerangka asumsi teori ini. George Herbert Mead (dalam West dan Turner, 2008: 98) telah mempelajari teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan asumsi-asumsi yang memperlihatkan tiga tema besar:

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

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Dibutuhkan konstruksi interpretif di antara orang-orang untuk menciptakan makna. Bahkan tujuan dari interaksi, menurut interaksi simbolik, adalah untuk menciptakan makna yang sama. Hal ini penting karena tanpa makna yang sama berkomunikasi akan menjadi sulit, atau bahkan tidak mungkin. Coba seseorang bayangkan berbicara dengan seorang teman jika seseorang harus menjelaskan semua makna idiosinkratik yang seseorang miliki untuk setiap kata yang seseorang gunakan, dan teman seseorang harus melakukan hal yang serupa.

Menurut Larossa dan Reitzes (dalam West dan Turner, 2008: 101), tema ini mendukung tiga asumsi interaksi simbolik yang diambil dari karya Herbert Blumer (1969). Asumsi-asumsi ini adalah sebagai berikut:

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

Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori interaksi sosial mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dan menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang-orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok mereka dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis yaitu:

- 1 Orang-orang bertindak menghadapi sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki.
- 2 Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial.
- 3 Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif.

Asumsi teori ini adalah orang-orang memiliki cara tertentu dalam melakukan pemaknaan, interpretatif (penafsiran), tindakan-tindakan. *Mind* (pikiran), *self* (diri sendiri), dan *society* (masyarakat) bekerja sama mempengaruhi bagaimana orang-orang melakukan pemaknaan. Pondasi secara historis dalam ilmu-ilmu sosial, teori interaksionisme simbolik memiliki tiga asumsi tentang proses komunikasi. Teori ini mengasumsikan komunikasi belangsung ketika orang-orang berbagi makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar. Para interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang-orang dibentuk melalui komunikasi. Di sana terdapat asumsi bahwa sosial dan tindakan kolektif terjadi ketika

komunikator paham dan bernegosiasi tentang pemaknaan orang lain. Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori interaksi sosial mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dapat menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis:

- 1 Orang-orang bertindak terhadap sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki,
- 2 Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial;
- 3 Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif. Teori ini mengemukakan bahwa setiap orang dari orang-orang ini atau orang-orang membuat makna melalui proses yang dipertajam oleh pemakna orang lain dan proses pembuatan makna. (Ardianto, 2011: 158)

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling

mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah Pemandu Lagu ditempat karaoke Executive X di Bandung.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1 Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak guna meminta izin kesediannya untuk diteliti dan bertemu di tempat yang nyaman seperti ruang tertutup (*room*) untuk melakukan wawancara dengan informan pangkal. Selain itu juga peneliti menjadi seorang yang masuk didalamnya atau sering kita menyebutnya dengan sebutan *ladies*. Dan peneliti mulai melakukan penelitiannya di suatu ruangan yang disebut loker.
- 2 Pendekatan personal (*rapport*), dimana peneliti berkenalan dengan pakar desain komunikasi visual yang akan dijadikan sebagai informan kunci.

1.3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan kepada perempuan yang berprofesi sebagai pekerja seks komersial di salah satu tempat karaoke eksklusif di Bandung. Penelitian ini untuk mengetahui simbol komunikasi yang terjadi di kehidupan sosial khususnya kehidupan malam.

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Creswell (2013: 259), mengemukakan tiga teknik utama pengumpulan data yang dapat digunakan dalam studi kasus yaitu: partisipan observer, wawancara mendalam dan telaah dokumen.

Peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh Creswell (2013: 263), sebagai berikut:

- 1 Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
- 2 Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya.
- 3 Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi.
- 4 Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau subjek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
- 5 Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.
- 6 Peneliti menggunakan alat rekaman selama melakukan observasi, cara perekaman dilakukan secara tersembunyi.
- 7 Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam.

- 8 Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas.
- 9 Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

Teknik diatas peneliti lakukan sepanjang observasi, baik pada awal observasi maupun pada observasi lanjutan dengan sejumlah informan. Teknik ini digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data selain wawancara mendalam.

1.3.4.1 Teknik Observasi Terlibat

Nasution (1988) (dalam Sugiyono, 2012: 226) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak didapat hanya dari wawancara. Seperti yang dinyatakan Denzin (2009: 236), pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan introspeksi. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke dalam berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perempuan-perempuan yang bekerja sebagai pemandu lagu karaoke. Peneliti tinggal di lokasi penelitian yakni di kota Bandung untuk melihat dari dekat

atau mengamati secara langsung bagaimana para *ladies* tersebut melakukan komunikasi.

Melalui teknik observasi terlibat ini, peneliti berupaya untuk masuk dalam kehidupan para pemandu lagu yang bekerja di salah satu tempat karaoke eksklusif di Bandung untuk dapat mengetahui secara pasti logika subjektif seperti apakah media komunikasi yang digunakan untuk membantu mereka dalam konsep diri yang mereka terapkan. Berkenaan dengan hal ini, peneliti telah berupaya untuk menempatkan diri sebatas di belakang layar atau menonjolkan diri dalam situasi tertentu di obyek tempat mereka bekerja. Peneliti menganggap hal ini sangat penting dilakukan dengan maksud agar dengan posisi yang demikian, peneliti tetap memiliki peluang untuk secara lebih leluasa mencermati situasi yang berkembang, saat mereka menikmati kemudahan dalam melayani dan peneliti meminta waktu mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait untuk kepentingan analisis.

1.3.4.2 Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan mengumpulkan keterangan atau data mengenai objek penelitian yaitu komunikasi informan dalam kesehariannya di obyek tempat Karaoke Executive X di Bandung. Wawancara mendalam bersifat terbuka dan tidak terstruktur serta tidak formal. Sifat terbuka dan terstruktur ini maksudnya adalah pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tidak bersifat kaku, namun bisa mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi dilapangan (fleksibel) dan ini hanya digunakan sebagai *guidance*.

Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

- 1 Peneliti memasuki tempat penelitian, yaitu dibagian *Ladies Escort* dan melakukan pengamatan pada *ladies-ladies*
- 2 Setiap berbaur ditempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat/merekam apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian.
- 3 Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar konsep diri perempuan pekerja seks komersial pada pemandu lagu karaoke executive
- 4 Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait dengan segala yang menjadi kepuasan pelanggan dalam cara mereka melayani
- 5 Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis dan kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Moleong (2010: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.”

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

Tahap I : Mentranskripsikan Data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan data rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim dosen pembimbing.

Tahap II : Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

Tahap III : Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dihadapi PSK sebagai pemandu lagu di karaoke

Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut.

Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

1.3.6 Validitas data

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode yaitu:

1 Triangulasi Data:

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada nara sumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2 Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori ekologi media juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Simbol Komunikasi Pemandu Lagu dalam Melayani Pelanggan.