

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian seperti teori, konsep-konsep, analisa, kesimpulan, kelemahan, dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Peneliti diharapkan belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.

Penelitian sebelumnya berjudul *Negosiasi Identitas Kultural Tionghoa Muslim dan Kelompok Etnisnya Dalam Interaksi Antarbudaya*. Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro Semarang, tahun 2014. Akan tetapi penelitian sebelumnya memfokuskan pemaknaan dan pengalaman Tionghoa muslim terhadap identitas kulturalnya, dan bagaimana pengalaman menegosiasikannya. Adapun keterangan dari penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

1.	Judul	Negosiasi Identitas Kultural Tionghoa Muslim Dan Kelompok Etnisnya dalam Interaksi Antarbudaya
	Penulis	Isti Murfia  Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2004
	Hasil	Menunjukkan bahwa proses negosiasi identitas kultural yang terjadi dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengungkapkan dirinya. Pengungkapan individu dalam proses menuju negosiasi identitas juga dipengaruhi faktor pengungkapan diri itu sendiri, seperti: besar kelompok, topik, dan jenis kelamin. Kemudian, faktor kondisi dari intercultural communication ini, seperti kecenderungan interaksi dan pemahaman (lebih) terhadap suatu hal, ikut serta memengaruhi penunjukkan identitas kultural. Selain itu, kecenderungan informan dalam penelitian ini memiliki upaya pengolahan stereotip melalui sikap proaktif, sehingga memberikan pemahaman yang cukup baik dalam memaknai Islam, kultural Tionghoa, dan posisi diri mereka masing-masing. Akhirnya, pemahaman tersebut membantu mereka dalam proses negosiasi identitasnya sesuai dengan tujuan yang mereka harapkan. Di antara ketiga kategori tujuan yang diungkapkan Orbe dalam Co Cultural Theory, menunjukkan bahwa kedua informan Tionghoa muslim berhasil mencapai tujuan akomodasi, satu informan Tionghoa muslim memilih tujuan asimilasi, dan satu informan lainnya menetapkan tujuannya. Kemudian, hal yang dianggap sebagai penyebab terhambatnya negosiasi.

Deskripsi Penelitian :

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pemaknaan dan pengalaman Tionghoa muslim terhadap identitas kulturalnya.
2. Bagaimana pengalaman menegosiasikannya.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah tipe kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berupaya menjelaskan proses pengalaman Tionghoa muslim dalam menegosiasikan identitas kulturalnya dengan kelompok etnisnya. Penelitian ini juga didukung oleh Teori Pengelolaan Identitas, Teori Negosiasi Identitas dari Stella Ting - Toomey, dan Co Cultural Theory. Selain ketiga teori tersebut, terdapat penambahan konsep yaitu pengungkapan diri. Informan dalam penelitian ini, terdiri dari Tionghoa muslim dan Tionghoa non muslim.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses negosiasi identitas kultural yang terjadi dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengungkapkan dirinya. Pengungkapan individu dalam proses menuju negosiasi identitas juga dipengaruhi faktor pengungkapan diri itu sendiri, seperti: besar kelompok, topik, dan jenis kelamin. Kemudian, faktor kondisi dari *intercultural communication* ini, seperti kecenderungan interaksi dan pemahaman (lebih) terhadap suatu hal, ikut serta memengaruhi penunjukkan identitas kultural. Selain itu, kecenderungan informan dalam penelitian ini memiliki upaya pengolahan stereotip melalui sikap proaktif, sehingga memberikan pemahaman yang cukup baik dalam memaknai Islam, kultural Tionghoa, dan posisi diri mereka masing-masing.

Akhirnya, pemahaman tersebut membantu mereka dalam proses negosiasi identitasnya sesuai dengan tujuan yang mereka harapkan. Di antara ketiga kategori tujuan yang diungkapkan Orbe dalam Co Cultural Theory, menunjukkan bahwa kedua informan Tionghoa muslim berhasil mencapai tujuan akomodasi. Satu informan Tionghoa muslim memilih tujuan asimilasi, dan satu informan lainnya menetapkan tujuannya ke separasi. Kemudian, hal yang dianggap sebagai penyebab terhambatnya negosiasi tidak terlalu memengaruhi karena minimnya interaksi di antara kedua belah pihak.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada jenis teori yang digunakan dimana menggunakan teori pengelolaan identitas atau teori manajemen identitas. walaupun berbeda pelopornya karena dalam penelitian ini peneliti lebih memilih teori pengelolaan identitas Imahori sebagai landasan teori peneliti yaitu etnik remaja Bali yang berada dalam kondisi lingkungan etnik minoritas.

## **2.2 Tinjauan Tentang Strategi**

Strategi memiliki beberapa pengertian, seperti yang dijelaskan oleh beberapa para ahli pada bukunya. Pada dasarnya kata strategi berasal dari kata *strategos* dalam bahasa Yunani merupakan kata gabungan dari kata *stratos* atau tentara dengan *ego* atau pemimpin. Strategi memiliki landasan atau rancangan untuk mencapai sasaran yang dituju atau diinginkan. Pada dasarnya strategi dapat diartikan sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Tujuan sentral strategi komunikasi R. Wayne Pace dalam (Effendy, 1990: 32) terdiri atas tiga tujuan utama yaitu

pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti dan menerima pesan yang disampaikan. Jika komunikan sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaan itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan di dimotivasi (*to motivate action*).

Effendy (2000: 30) mengatakan bahwa kaitan antara strategi dengan sistem komunikasi, jika kita membicarakan sistem komunikasi maka hal itu berkaitan dengan sistem masyarakat dan berbicara tentang manusia. Oleh sebab itu pendekatannya dilakukan secara makro dan mikro baik prosesnya secara vertikal maupun secara horizontal. Secara Makro sistem komunikasi menyangkut sistem pemerintahan dan secara mikro menyangkut dengan nilai kelompok. Yang dimaksud dengan sistem komunikasi mikro horizontal adalah komunikasi sosial antar manusia dalam tingkatan status sosial yang hampir sama dan terjadi dalam unit-unit yang relatif kecil. Lebih Lanjut, strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda yaitu :

1. Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
2. Menjembatani "*cultural gap*" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Dalam perumusan strategi, khalayak memiliki kekuatan penangkal yang bersifat psikologi dan sosial bagi setiap pengaruh yang berasal dari luar diri dan

kelompoknya. Di samping itu khalayak, tidak hanya dirangsang oleh hanya satu pesan saja melainkan banyak pesan dalam waktu yang bersamaan. Artinya, terdapat juga kekuatan pengaruh dari pesan-pesan lain yang datang dari sumber (komunikator) lain dalam waktu yang sama, maupun sebelum dan sesudahnya. Dengan demikian pesan yang diharapkan menimbulkan efek atau perubahan pada khalayak bukanlah satu-satunya kekuatan, melainkan, hanya satu di antara semua kekuatan pengaruh yang bekerja dalam proses komunikasi, untuk mencapai efektivitas yang dituju. Hal ini mengartikan pesan sebagai satu-satunya yang dimiliki oleh komunikator yang harus mampu mengungguli semua kekuatan yang ada untuk menciptakan efektivitas. Kekuatan pesan ini, dapat didukung oleh metode penyajian, media dan kekuatan kepribadian komunikator sendiri.

## **2.3 Tinjauan Komunikasi Antarpribadi**

### **2.3.1 Pengertian Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh dua orang dengan tujuan untuk menyampaikan informasi secara langsung. Dalam komunikasi antarpribadi orang yang terlibat di dalamnya memiliki ikatan yang dekat. Komunikasi antarpribadi juga merupakan komunikasi utama yang menggambarkan individu yang saling terlibat bergantung satu sama lain dan memiliki pengalaman yang sama. Mulyana (2003: 24) menyatakan bahwa komunikasi antara pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non-verbal. Komunikasi antarpribadi merupakan proses sosial yang dimana individu-individu yang terlibat didalam saling

mempengaruhi. Devito dalam Liliweri (1991:13) mengungkapkan komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan yang Balik yang bersifat langsung (Liliweri, 1991: 13).

Komunikasi antarpribadi sering disebut juga dengan *dyadic communication* yang dimaksud adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak dalam bentuk percakapan. Komunikasi antara pribadi juga bisa terjadi secara tatap muka (*face to face*) atau dapat juga melalui media telepon. Ciri khas dari komunikasi antarpribadi adalah sifatnya yang dua arah atau timbal Balik (*two ways communication*). Komunikasi antarpribadi melalui tatap muka mempunyai suatu keuntungan dimana melibatkan perilaku non-verbal, ekspresi fasial, jarak fisik, perilaku paralinguistik yang sangat menentukan jarak sosial dan keakraban (Liliweri, 1991: 67).

Fungsi dan tujuan dari komunikasi antarpribadi untuk berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relation*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain (Cangara, 2004: 33). Dengan melakukan komunikasi antarpribadi manusia dapat membina dan meningkatkan hubungan yang baik dengan individu lainnya. Fungsi komunikasi antarpribadi berpeluang sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna karena komunikasi tatap muka (*face to face*) membuat individu yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi menjadi lebih akrab dengan sesamanya berbeda dengan komunikasi melalui media. Komunikasi antarpribadi juga dipengaruhi oleh persepsi antarpribadi, konsep diri, atraksi

antarpribadi, dan hubungan antarpribadi. Komunikasi dianggap efektif apabila jika orang lain memahami pesan yang disampaikan dengan benar, dan memberikan respon sesuai dengan yang komunikator inginkan, komunikasi yang efektif berfungsi sebagai membentuk dan menjaga hubungan baik antara individu, menyampaikan pengetahuan atau informasi, mengubah sikap dan perilaku, pemecah masalah dalam hubungan manusia, dan jalan menuju sukses. Dalam semua aktivitas tersebut esensi komunikasi interpersonal yang berhasil proses saling berbagi (*sharing*) informasi yang menguntungkan kedua belah pihak yaitu komunikan dan komunikator (Suranto Aw, 2011: 80).

Dari definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang paling efektif. Dalam mengubah sikap, pendapat, dan perilaku seseorang, hal ini disebabkan oleh komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang dialogis atau adanya timbal Balik yang secara langsung.

### **2.3.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi Antarpribadi**

Dalam (Suranto Aw, 2011: 93) bentuk dari komunikasi antarpribadi menggunakan lambang-lambang sebagai media penyampaian pesan, yaitu:

1. Lambang verbal, biasanya berbentuk dalam bentuk bahasa, dengan bahasa komunikator dapat menyampaikan sebuah pesan yang berupa informasi, dan isi pemikirannya semua hal yang telah terjadi, yang sedang terjadi maupun yang akan terjadi dengan baik kepada komunikannya.
2. Lambang non verbal, lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang berupa isyarat dengan menggunakan anggota tubuh seperti mata, jari dan

lainnya. Contohnya seperti gerak gerik tubuh, lirikan mata dan lainnya.

Pada dasarnya dengan isyarat non verbal

3. seseorang individu dapat memahami orang lain yang takut berbicara dan menulis bahasanya untuk menyatakan sesuatu tentang dirinya.

### **2.3.3 Komponen-Komponen Komunikasi Antarpribadi**

Menurut (Suranto, 2011: 7-9) komponen-komponen komunikasi antarpribadi dikemukakan dari suatu asumsi bahwa proses komunikasi antarpribadi akan terjadi apabila ada pengirim yang menyampaikan pesan informasi berupa lambang verbal maupun non verbal kepada penerima dengan menggunakan medium suara manusia (*human voice*), maupun dengan medium tulisan. Berdasarkan asumsi-asumsi tersebut terdapat komponen-komponen komunikasi secara intergratif saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen itu sendiri, yaitu adalah:

1. Sumber atau komunikator, yaitu orang yang mempunyai kebutuhan untuk melakukan komunikasi, baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain. Dalam konteks komunikasi antarpribadi komunikator adalah individu yang menciptakan, memfokuskan dan menyampaikan pesan.
2. *Encoding* adalah suatu aktivitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non-verbal. Encoding merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan lainnya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.

3. Pesan adalah hasil dari *encoding*. pesan merupakan seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non verbal atau gabungan keduanya. Pesan merupakan unsur yang sangat penting yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
4. Saluran merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima. Dalam komunikasi antarpribadi penggunaan saluran atau media komunikasi dilakukan jika kondisi tidak memungkinkan untuk dilaksanakannya komunikasi tatap muka. Pada prinsipnya sepanjang masih dimungkinkan untuk dilaksanakan komunikasi secara tatap muka, maka komunikasi tatap muka lebih efektif.
5. Penerima/komunikan adalah seseorang yang menerima, memahami dan menginterpretasi pesan. Dalam komunikasi antarpribadi komunikan bersifat aktif. Selain menerima pesan juga melakukan interaksi dan memberikan umpan Balik. Berdasarkan umpan Balik inilah kita dapat menilai keefektifan komunikasi antarpribadi tersebut.
6. *Decoding* merupakan kegiatan internal dalam penerima. Melalui indranya penerima mendapatkan bermacam-macam data dalam bentuk mentah, berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah kedalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna secara bertahap.
7. Respon yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral dan negatif. Respon positif apabila di sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator, respon netral adalah respon tersebut tidak menolak atau

tidak menerima keinginan komunikator dan respon negatif apabila bertentangan dengan yang diinginkan oleh komunikator

8. Gangguan (*noise*) merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk hal yang bersifat fisik dan psikis.
9. Konteks komunikasi, konteks komunikasi terbagi dalam tiga dimensi yaitu ruang, waktu dan nilai.

#### **2.4 Tinjauan Komunikasi Keluarga**

Keluarga adalah sekumpulan orang yang hidup bersama dalam tempat tinggal dan masing – masing anggota merasakan adanya pertautan batin sehingga terjadi saling mempengaruhi, saling memperhatikan dan saling menyerahkan diri yang dijalin oleh kasih sayang. Keluarga merupakan lembaga pendidikan pertama bagi anak, dimana keluarga akan mengajarkan dan menanamkan nilai nilai sosial serta budaya pada anak untuk pertama kali. (Djamarah, 2004: 16)

Keluarga juga berfungsi sebagai pembentuk identitas anak. Dimana dalam penelitian ini keluarga merupakan sebuah kelompok etnik dalam skala kecil, Keluarga beretnik Bali memiliki anggota yang terdiri dari etnik yang sama dan komunikasi keluarga berperan dalam pembentukan identitas etnik remaja Bali dan merupakan strategi yang digunakan untuk mempertahankan identitas etnik remaja Bali.

Komunikasi keluarga dapat diartikan sebagai membicarakan segalanya dengan terbuka baik sebuah hal yang menyenangkan ataupun yang tidak menyenangkan.

Komunikasi keluarga juga dapat menyelesaikan masalah yang terjadi dalam keluarga ataupun masalah yang terjadi pada salah satu anggota keluarga untuk ditemukan jalan keluar dari masalah tersebut. Dengan adanya komunikasi, permasalahan yang terjadi diantara anggota keluarga dapat dibicarakan untuk mengambil solusi terbaik.

C. H. Cooley dalam (Daryanto, 1984: 64) berpendapat bahwa keluarga sebagai kelompok primer, tiap anggotanya memiliki arti yang khas yang tak dapat digantikan oleh anggota lain tanpa mengganggu emosi dan relasi di dalam kelompok. Murdok dalam (Dloyana, 1995: 11) menyatakan bahwa keluarga merupakan kelompok primer paling penting dalam masyarakat, yang terbentuk dari hubungan laki-laki dan perempuan. Perhubungan ini yang paling sedikit berlangsung lama untuk menciptakan dan membesarkan anak-anak. Keluarga dalam bentuk yang murni merupakan kesatuan sosial yang terdiri dari ayah, ibu dan anak-anak. Keluarga sebagai kelompok primer bersifat fundamental, karena di dalam keluarga, individu diterima dalam pola-pola tertentu. Kelompok primer merupakan persemaian di mana manusia memperoleh norma-norma, nilai-nilai, dan kepercayaan. Kelompok primer adalah badan yang melengkapi manusia untuk kehidupan sosial (Daryanto, 1984: 64).

Dalam komunikasi keluarga kejujuran dan keterbukaan menjadi dasar sebuah hubungan. Adanya komunikasi dalam keluarga penting karena dapat mengkokohkan fungsi-fungsi keluarga yang mencakup delapan fungsi, mulai dari fungsi keagamaan, sosial budaya, cinta kasih, perlindungan, reproduksi, sosialisasi dan pendidikan, hingga fungsi ekonomi dan pembinaan lingkungan. Tidak cukup hanya diwacanakan atau menjadi tanggung jawab para pemangku

kepentingan saja, tetapi juga fungsi tersebut harus dengan upaya sistematis yang melibatkan pihak-pihak terkait termasuk keluarga sebagai sasaran. Orang tua sebagai tokoh sentral dalam keluarga semestinya memiliki kesadaran dan kepedulian untuk menjalankan fungsi-fungsinya dengan baik, dengan komunikasi di dalam keluarga (Daryanto, 1984:65).

#### **2.4.1 Tipe-tipe Keluarga**

Fitzpatrick telah mengidentifikasi empat tipe keluarga, yaitu *konsensual*, *plularist*, *protektif*, dan *laissez faire* (Morissan, 2013: 184-187). Masing-masing tipe keluarga ini memiliki tipe orang tua tertentu yang ditentukan oleh cara-cara mereka menggunakan ruang, waktu dan energi mereka serta derajat mereka dalam mengungkapkan perasaan, dan penggunaan. Berikut adalah penjelasan tentang tipe keluarga tersebut :

##### **1. Tipe Konsensual**

Tipe konsensualis, yaitu keluarga yang sangat sering melakukan percakapan, dan juga memiliki kepatuhan yang tinggi. Keluarga tipe ini suka sekali ngobrol bersama, tetapi pemegang otoritas keluarga, dalam hal ini orang tua adalah pihak yang membuat keputusan. Keluarga jenis ini sangat menghargai komunikasi secara terbuka, namun tetap menghendaki kewenangan orang tua yang jelas. Orang tua tipe ini biasanya sangat mendengarkan apa yang dikatakan anak-anaknya, dan berupaya menjelaskan alasan keputusan itu agar anak-anak mengerti alasan suatu keputusan.

Orang tua yang berada dalam tipe keluarga kosensual ini cenderung tradisional dalam hal orientasi perkawinannya. Ini berarti mereka cenderung konvensional dalam memandang lembaga perkawinan dengan lebih menekankan pada stabilitas dan kepastian daripada keragaman dan spontanitas. Mereka memilih rasa saling ketergantungan yang besar dan sering menghabiskan waktu bersama. Walaupun mereka tidak tegas dalam hal perbedaan pendapat, tetapi mereka tidak menghindari konflik. Menurut Fitzpatrick, istri dengan orientasi perkawinan tradisional suka menggunakan nama suaminya dibelakang namanya, suami atau istri dengan orientasi perkawinan tradisional ini memiliki perasaan yang sangat sensitif terhadap perselingkuhan dan mereka sangat sering bersama-sama. Mereka kerap merancang jadwal kegiatan bersama dan berusaha menghabiskannya sebanyak pekerjaan mereka masing-masing.

Riset menunjukkan tidak terdapat banyak konflik dalam tipe perkawinan tradisional karena kekuasaan dan pengambilan keputusan dibagi-bagi menurut norma-norma yang biasa berlaku. Suami, misalnya, berwenang mengambil keputusan-keputusan tertentu, sedangkan istri memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan dibidang lainnya. Pembagian kewenangan ini menyebabkan negoisasi tidak terlalu dibutuhkan atau dengan kata lain, terdapat sedikit kebutuhan untuk bernegoisasi sehingga tidak terdapat banyak konflik yang disebabkan perbedaan pendapat. Namun, pada saat yang sama, terdapat sedikit dorongan untuk perubahan tegas satu sama lainnya, tetapi masing-masing pasangan cenderung mendukung keinginan masing-masing demi kebaikan hubungan mereka daripada saling menjatuhkan argumen masing-masing.

Pasangan tradisional sangat ekspresif dan terbuka dalam mengapa mereka menghargai komunikasi terbuka yang menghasilkan tipe keluarga konsensual ini.

## **2. Tipe Plularistis**

Tipe plularistis, yaitu keluarga yang saling melakukan percakapan, dan memiliki kepatuhan yang rendah. Anggota keluarga tipe ini sering sekali berbicara secara terbuka, tetapi setiap orang dalam keluarga akan membuat keputusannya masing-masing. Orang tua tidak merasa perlu untuk mengontrol anak-anak mereka karena setiap pendapat dinilai berdasarkan ada kebijakannya, yaitu pendapat mana yang terbaik, dan setiap orang turut serta dalam pengambilan keputusan.

Suami dan istri berasal dari tipe keluarga plularistis cenderung independen dalam hal orientasi perkawinannya karena mereka memiliki pandangan yang tidak konvensional (nonkonvensional). Sebagai suami atau istri yang independen maka mereka tidak terlalu mengandalkan pasangannya dalam banyak hal. orangtua cenderung mendidik anak-anak mereka untuk berpikir secara bebas. Walaupun pasangan suami istri tipe ini juga sering menghabiskan waktu bersama, namun mereka menghargai otonomi masing-masing dengan memiliki ruangan terpisah di rumah, untuk mengerjakan tugas masing-masing. Mereka memiliki minat dan teman mereka masing-masing yang terpisah dengan minat dan teman bersama.

Karena tipe keluarga plularistis memiliki pandangan yang tidak konvensional, maka pasangan independen semacam ini akan terus-menerus melakukan negosiasi. Pasangan independen biasanya memiliki banyak konflik. Suami atau istri saling berebut kekuasaan. Mereka sering menggunakan berbagai macam teknis persuasi dan tidak segan-segan untuk menjelek-jelekan atau menjatuhkan

argumen masing-masing. Sebagaimana pasangan tradisional, pasangan independen juga bersifat ekspresif. Mereka akan menanggapi setiap petunjuk nonverbal pasangannya, biasanya memahami pasangannya dengan baik dan menghargai komunikasi yang terbuka.

### **3. Tipe Protektif**

Tipe protektif, yaitu keluarga yang jarang melakukan percakapan, namun memiliki kepatuhan yang tinggi. Jadi terdapat banyak sifat patuh dalam keluarga, tetapi sedikit komunikasi. Orang tua tipe dari keluarga ini tidak melihat alasan penting mengapa mereka harus menghabiskan banyak waktu untuk berbicara atau ngobrol. Karena alasan inilah orang tua atau suami istri semacam ini dikategorikan sebagai 'terpisah' (seperate) dalam hal orientasi perkawinannya.

Pasangan semacam demikian cenderung tidak yakin mengenai peran dan hubungannya. Mereka Memiliki pandangan konvensional dalam hal perkawinan, tetapi mereka tidak saling bergantung dan tidak terlalu sering menghabiskan waktu bersama. Fitzpatrick dalam (Morissan, 2013: 186) menyebut pasangan ini sebagai *emotionally divorced* (bercerai secara emosional).

Suami istri pada tipe ini memiliki sifat gigih dalam mempertahankan pendapatkan, tetapi konflik tidak bertahan lama karena mereka cepat menarik diri dari konflik. Mereka tidak mampu mengelola tindakan mereka untuk waktu yang cukup lama untuk mempertahankan konflik. Upaya mereka untuk mendapatkan kepatuhan jarang sekali menggunakan daya tarik hubungan, tetapi lebih sering mengemukakan hal-hal buruk yang akan terjadi jika pasangan mereka tidak patuh. Pasangan tipe ini memiliki sikap yang suka memperhatikan, dan mengajukan

banyak pertanyaan, tetapi jarang sekali memberikan saran. Mereka tidak memiliki sifat ekspresif sehingga tidak memahami perasaan pasangan mereka dengan baik.

#### **4. Tipe Laissez-faire**

Tipe yang jarang melakukan percakapan dan juga memiliki kepatuhan yang rendah *laissez-faire*, lepas tangan dengan keterlibatan rendah. Anggota keluarga dari tipe ini tidak terlalu peduli dengan apa yang dikerjakan anggota keluarga lainnya, karena tidak ingin membuang waktu mereka untuk membicarakannya. Suami istri dari tipe keluarga ini cenderung memiliki orientasi perkawinan campuran (*mixed*), artinya mereka tidak memiliki pikiran yang sama untuk menjadi dasar bagi mereka untuk berinteraksi. Mereka memiliki orientasi yang merupakan kombinasi dari orientasi terpisah dan independen atau kombinasi lainnya.

Sebenarnya tipe keluarga semacam ini cukup banyak ditemui di masyarakat. Diketahui dalam (Morissan, 2013:187) sekitar 40 persen dari keseluruhan pasangan yang menjadi objek penelitian Fitzpatrick menunjukkan sejumlah kombinasi dari tipe-tipe: terpisah-tradisional, tradisional-independen, atau independen-terpisah. Pada dasarnya, pasangan tipe ini memiliki sifat yang lebih kompleks dari pasangan yang telah kita bahas sebelumnya. Pada akhirnya, kesimpulan yang dapat kita tarik dari teori ini adalah bahwa setiap keluarga memiliki perbedaan dalam hal kebersamaan (*togetherness*) dan jarak pemisah (*separateness*) yang ada di antara para anggota suatu keluarga.

## 2.5 Tinjauan Identitas Etnik

Istilah “etnik” berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *ethnos* yang berarti sejumlah orang yang “berbeda” yang tinggal dan bertindak bersama-sama. Kelompok etnik dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok masyarakat yang tinggal di suatu negara yang memiliki budaya, sejarah, mata uang, kepercayaan dan norma yang berbeda dengan budaya nasional negara tersebut. Sedangkan identitas sendiri merupakan konsep abstrak, kompleks dan dinamis. Tiny Tomey dalam (Samovar, 2010: 187) beranggapan bahwa identitas merupakan gambaran seorang individu dan konsep dari individu yang direfleksikan. Pada dasarnya identitas itu sendiri merujuk kepada pandangan reflektif pada pandangan tentang diri sendiri maupun persepsi orang lain tentang gambaran diri sendiri.

Isajiw, W.W. (1999: 413) menerangkan bahwa identitas etnik mengacu pada identifikasi dan pengalaman etnik pada tingkat individu, dimana tiap-tiap individu berbagai dan merasakan hal yang sama dan beda budaya yang ada sekarang dan masa lalu. Dalam hal ini kebudayaan adalah sebuah hal yang penting dari identitas etnik dan tidak hanya mengacu pada adat/kebiasaan yang berbeda, kepercayaan bahasa dan mengidentifikasi dengan pengalaman unik dari sebuah kelompok. Dalam definisi lainnya identitas etnik atau disebut juga etnisitas, berasal dari sejarah, tradisi, warisan, nilai, kesamaan perilaku, asal daerah dan bahasa yang sama. Masyarakat yang memiliki etnik yang sama di daerah tempat perpindahan akan membentuk komunitas etniknya sendiri. Pada komunitas etnik ini, identitas etnik cenderung tetap kuat. Hal ini dikarenakan praktik, kepercayaan, dan bahasa dari bahasa tradisional yang dipertahankan dan dipelihara (Samovar, 2010: 189). Identitas etnik merupakan bentuk spesifik dari identitas budaya. Ting Toomey

dalam (Rahardjo, 2005: 1-2) mendefinisikan identitas kultural sebagai perasaan (*emotional significance*) dari seseorang untuk turut memiliki (*sense of belonging*) atau berafiliasi terhadap kultur tertentu.

Aspek internal dari identitas etnik mengacu pada gambaran, ide, sikap, perasaan, dan termasuk empat dimensi seperti: aktif, kepercayaan (*fiducial*), kesadaran/pengertian (*cognitive*), dan moral.

## **2.6 Tinjauan Etnik Bali dan Budaya Bali**

Manusia Bali adalah manusia etnik Bali, yaitu sekumpulan orang-orang yang memiliki kesadaran tentang kesatuan budaya Bali, bahasa Bali dan kesatuan agama Hindu. Etnik Bali memiliki emosi etnosentris keBalian relatif lebih kuat, dan sifat lain dari etnik Bali yaitu terbuka, ramah dan luwes, jujur, kreatif dan estetis, kolektif, kosmologis, religius, dan moderat. Manusia Bali memiliki keyakinan ajaran agama yang kompleks. Keyakinan terhadap agama Hindu melahirkan berbagai macam tradisi, adat, budaya, kesenian, dan lain sebagainya yang memiliki karakteristik yang khas, yang merupakan perpaduan antara tradisi dan agama. Dalam kehidupan sehari-hari, karakteristik tersebut mewujudkan diri kedalam berbagai konsepsi, aktivitas sosial, maupun karya fisik orang Bali

Dalam kehidupan kesehariannya, perilaku etnis Bali juga mendasarkan pada nilai-nilai Agama Hindu dan falsafah *Tri Hita Karana*. Kebudayaan Bali sesungguhnya menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan dan harmonisasi mengenai hubungan manusia dengan Tuhan (*parhyangan*), hubungan sesama manusia (*pawongan*), dan hubungan manusia dengan lingkungan (*palemahan*), yang tercermin dalam ajaran *Tri Hita Karana* (tiga penyebab kesejahteraan). Filosofi *Tri Hita Karana*

ini bersumber dari ajaran Hindu, yang secara tekstual berarti tiga penyebab kesejahteraan Tiga unsur tersebut (Institut Hindu Dharma, 1996:3), yaitu :

1. *Sanghyang*
2. *Jagatkarana* (Tuhan Sang Pencipta)
3. *Bhuana* (alam semesta)
4. *manusa* (manusia)

Secara umum dapat dikemukakan bahwa konsepsi *Tri Hita Karana* berarti bahwa bahwa kesejahteraan umat manusia di dunia ini hanya dapat terwujud bila terjadi keseimbangan hubungan antara unsur-unsur tuhan, manusia, dan alam di atas, yaitu sebagai berikut :

1. Keseimbangan hubungan antara manusia dengan manusia lainnya, baik sebagai individu maupun kelompok.
2. Keseimbangan hubungan antara manusia dengan alam lingkungannya.
3. Keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan.

Dengan demikian, sesungguhnya saripati konsepsi tri hita karena tiada lain adalah nilai harmoni atau keseimbangan. Disamping nilai keseimbangan, nilai ketuhanan dan kekeluargaan/kebersamaan juga mewarnai konsepsi ini. Nilai ketuhanan dapat dilihat dari unsur hubungan yang seimbang antara manusia dengan *Sanghyang Jagat Karana* atau Tuhan Sang Pencipta, sedangkan nilai kekeluargaan tercermin dalam unsur hubungan antara dengan sesamanya, baik sebagai individu maupun kelompok.

Nilai-nilai ini sesuai dengan alam pikiran tradisional masyarakat Indonesia umumnya yang bersifat kosmis, religius magis dan komunal. Manusia dilihat sebagai bagian dari alam semesta yang tidak dapat dipisahkan dengan penciptanya, yaitu Tuhan Yang Maha Kuasa. Semua itu, yaitu manusia, alam semesta, dan Tuhan Sang Pencipta, saling berhubungan serta berada dalam suatu keseimbangan yang senantiasa harus tetap dijaga. Untuk dapat mencapai tujuan hidup yang hakiki, yaitu kesejahteraan atau kebahagiaan jasmani dan rohani (*moksartham jagadhitaya ca iti dharma*), maka masyarakat Bali yang beragama Hindu senantiasa mengupayakan dan menjaga terpeliharanya suasana yang harmonis dalam masyarakat, baik vertikal yaitu dalam hubungan manusia dengan Tuhan, maupun horisontal, yaitu hubungan manusia dengan sesamanya dan lingkungan alamnya. Kehidupan yang serba harmonis, serba seimbang dan lestari merupakan bagian dari cita-cita masyarakat Bali, suatu konsepsi berpikir yang merupakan refleksi dari filsafat *tri hita karana*. Dalam konteks hukum, suasana harmonis dalam kehidupan masyarakat dapat diterjemahkan sebagai suasana yang tertib, adil, aman dan damai atau *trepti, sukerta sekala niskala* (Sudantra, 2001: 2).

Etnis Bali memiliki struktur sosial yang dibagi ke dalam empat kelompok strata yang dikenal dengan catur wangsa sebagai pengelompokan manusia Bali terdiri dari kelompok atau golongan *brahmana wangsa, ksatria wangsa, weisya wangsa, dan sudra wangsa (jaba wangsa)*. Tiga strata pertama termasuk kedalam golongan *tri wangsa* dan golongan *sudra wangsa* sering disebut *jaba wangsa*. Keempat wangsa ini menunjukkan adanya perbedaan strata secara tradisional yang didasarkan atas keturunan (*Wiana dan Raka*). Masyarakat Bali mengakui adanya

perbedaan (*rwa bhineda*), yang sering ditentukan oleh faktor ruang (*desa*), waktu (*kala*) dan kondisi riil di lapangan (*patra*). Konsep desa, kala, dan patra menyebabkan kebudayaan Bali bersifat fleksibel dan selektif dalam menerima dan mengadopsi pengaruh kebudayaan luar.

## **2.7 Tinjauan Awig-awig**

Etnik Bali memiliki beberapa landasan dalam kehidupan mereka, landasan hidup tersebut berupa peraturan yang berasal dari dasar agama Hindu Bali dan kelompok etnik Bali tersebut. Salah satu landasan hidup yang berasal dari kelompok tersebut disebut sebagai *awig-awig* suatu produk hukum dari suatu organisasi tradisional di Bali. Umumnya *awig-awig* dibuat secara musyawarah mufakat oleh seluruh anggotanya dan berlaku sebagai pedoman bertingkah laku dari anggota organisasi yang bersangkutan. Dengan demikian, *awig-awig* adalah patokan-patokan tingkah laku yang dibuat oleh masyarakat yang bersangkutan berdasarkan rasa keadilan dan rasa kepatutan yang hidup dalam masyarakat yang bersangkutan (Astuti, 2005: 19). Bentuk organisasi tradisional yang berwenang membuat *awig-awig* adalah desa pakraman. Tidak hanya desa pakraman, tetapi masih banyak lagi organisasi tradisional Bali lain yang juga mempunyai *awig-awig*, seperti *subak* (organisasi petani lahan sawah), *subak abian* (organisasi petani lahan tanah kering), dan kelompok-kelompok sosial lain yang tergabung dalam *sekaa-sekaa*, seperti *sekaa teruna* (organisasi pemuda), *sekaa dadya* (kelompok sosial yang didasarkan atas kesamaan leluhur), dan sebagainya. Produk hukum desa pakraman disebut *awig-awig desa pakraman* yang termasuk dalam jenis hukum tidak tertulis dalam peraturan perundang-undangan RI (hukum adat), yang dibuat secara

musyawarah mufakat oleh kerama desa pakraman melalui sebuah *paruman desa* (rapat desa).

## **2.8 Tinjauan Psikologi Remaja**

Tahap Perkembangan masa remaja ada tiga tahap yaitu masa remaja awal (11-15 tahun), dengan ciri khas antara lain lebih dekat dengan teman sebaya, ingin bebas, lebih banyak memperhatikan keadaan tubuhnya dan mulai berpikir abstrak. Masa remaja tengah (16-18 tahun), dengan ciri khas antara mencari identitas diri, timbulnya keinginan untuk kencan, mempunyai rasa cinta yang mendalam, mengembangkan kemampuan berpikir abstrak dan berkhayal tentang aktivitas seks. Masa remaja akhir (19-22 tahun), dengan ciri khas antara lain pengungkapan identitas diri, Lebih selektif dalam mencari teman sebaya, mempunyai citra jasmani dirinya, dapat mewujudkan rasa cinta, dan mampu berfikir abstrak (Monks, 2002: 37).

Remaja merupakan masa transisi ke masa dewasa, dimana masa remaja sering dianggap sebagai masa yang penuh frustrasi dan konflik, masa yang harus dilakukannya penyesuaian diri, masa pencitraan dan roman. Pada saat itu juga terjadi masa pemisahan diri dari masyarakat dan kebudayaan orang dewasa. Pada masa remaja sangat wajar kalau mereka mengalami perubahan-perubahan dalam lingkungan sosial dan ingin selalu mencoba peran sosial dan perilaku sosial. Proses percobaan peran ini normal dianggap dengan tujuan untuk menemukan jati diri dan identitasnya dirinya. Masa remaja merupakan masa terjadinya krisis identitas dan jati diri. Pada perkembangannya, remaja di dunia sosial dan di lingkungan sosial berupaya, mencapai hubungan yang lebih matang dengan lingkungannya, mencapai perilaku yang bertanggung jawab, mengembangkan kemampuan

intelektual untuk hidup sebagai warga negara, mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang dewasa lainnya.

## **2.9 Landasan Teori**

### **2.9.1 Teori Manajemen Identitas**

*Identity Management Theory (IMT)* atau Teori Manajemen Identitas oleh Cupach dan Imahory dibentuk berdasarkan kompetensi atas hubungan relasi dan juga sinergi budaya. Layaknya dalam teori-teori mengenai identitas, kompetensi komunikasi mengharuskan individu untuk memiliki kemampuan menegosiasikan identitas yang dapat diterima oleh kedua belah pihak saat berinteraksi. Lebih lanjut, terdapat dua keunikan IMT dibanding teori lainnya, yakni yang pertama, kompetensi komunikasi memerlukan manajemen hubungan dan manajemen identitas kultural yang efektif. Kedua, *face* merupakan refleksi dari identitas seseorang yang dikomunikasikan.

Teori manajemen identitas yang efektif memerlukan *facework* yang kompeten. Sementara itu, dalam (Littlejohn & Foss. 2008: 204) dikatakan bahwa manajemen identitas merupakan suatu “teori yang menunjukkan bagaimana sebuah identitas diciptakan, diatur, dan diubah dalam sebuah ikatan hubungan.” Dalam proses untuk membentuk identitas, seseorang tidak akan bisa lepas dari sebuah hasrat untuk membentuk identitas itu sendiri. mendefinisikan lebih spesifik mengenai hasrat tersebut dengan istilah *face*, dan kinerja *face* yang dikembangkan dalam hubungan dengan pasangan disebut sebagai *facework* *face* dapat didukung atau diancam, keduanya dapat terjadi dalam suatu hubungan). Karena negosiasi identitas budaya seringkali terjadi dalam sebuah hubungan yang berbeda budaya,

maka banyak potensi terjadinya *face threatening* yang terkait pada masing-masing individu yang berbeda budaya tersebut.

IMT mencoba menjelaskan bagaimana identitas kultural dinegosiasikan melalui pengembangan hubungan interpersonal. Manajemen identitas didapat melalui tahapan dalam pengembangan hubungan, dimulai dari pengenalan awal hingga hubungan memiliki keintiman dan komitmen. Teori ini tidak hanya membahas mengenai identitas kultural seseorang, tetapi juga pada mengenai hubungan antarbudaya karena identitas kultural hadir di berbagai tipe hubungan-intrakultural (*intracultural*), antar budaya (*intercultural*), maupun antarpribadi (*interpersonal*). Dalam penerapannya, batasan dari teori ini adalah komunikasi antar dua individu, bukan kelompok. Berdasarkan budaya, IMT dapat diaplikasikan dalam beragam dan tipe budaya, termasuk bangsa, etnik, wilayah, kelas sosial ekonomi, jenis kelamin, dan lainnya.

Konsep Utama dari Identity Management Theory antara lain kompetensi, identitas, budaya dan budaya , *face, facework*. Identitas didefinisikan sebagai sebuah ‘konsepsi diri’, teori mengenai diri seseorang. Identitas digunakan untuk memahami diri seseorang dan dunia sekitar. Identitas dibentuk melalui mekanisme seperti kategorisasi diri kedalam beberapa kelompok sosial serta peran sosial yang dijalankannya. Identitas merupakan sebuah bentukan yang kompleks atas beberapa aspek dari beberapa banyak subidentitas. Identitas dapat dihubungkan dengan kewarganegaraan, etnik, wilayah, jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta kelompok sosial seperti kelompok orang yang memiliki hobi maupun pengalaman yang sama.

*Cultural identity* atau identitas kultural didefinisikan sebagai identifikasi dan perasaan diterimanya seseorang sebagai bagian dari sebuah kelompok yang berbagi tanda dan makna serta norma/aturan yang membentuk perilaku tertentu. Sementara itu, *relational identity* atau identitas relasional timbul dari adanya *relational culture* yang dibagi, yakni sistem pertukaran pengertian yang memudahkan orang untuk menyelaraskan makna dan perilaku. Singkatnya, dalam hubungan ini, yang lebih ditekankan adalah ‘kami’ dibanding ‘kamu dan saya.’

Collier dan Thomas (2006: 83) menjelaskan mengenai kompleksitas identitas melalui tiga dimensi: cakupan (*scope*), ciri khas (*salience*), dan intensitas (*intensity*). Berdasarkan cakupan, *relational identity* berada di tataran yang kecil karena hanya antara dua individu dalam hubungan yang spesifik (suami istri, teman baik, dll). Ciri khas berhubungan dengan psikologis dan perasaan individu dalam berbagai aspek identitas ketika berinteraksi, sementara intensitas menyangkut seberapa terbuka dan terang-terangan seseorang mengungkapkan identitasnya saat berinteraksi.

IMT tidak secara spesifik memberi batasan. IMT dapat diaplikasikan dalam hubungan antarpribadi, *intracultural*, maupun *intercultural*. Hal ini dikarenakan dalam setiap hubungan tersebut mengandung komunikasi interpersonal, *intracultural* dan *intercultural*. Dalam interaksi antarpribadi, *intracultural*, maupun *intercultural*, identitas ditampilkan oleh individu sebagai sesuatu yang mewakili dirinya dan orang lain pun menganggap seperti itu juga.

### 2.9.2 Teori Identitas Sosial

*Teori social identity* (identitas sosial) dipelopori oleh Henri Tajfel pada tahun 1957 dalam upaya menjelaskan prasangka, diskriminasi, perubahan sosial dan konflik antar kelompok. Menurut Tajfel, *social identity* (identitas sosial) adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. *Social identity* berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga dari keanggotaan dalam suatu kelompok tertentu (Walgito, 2002: 50)

Hogg dan Abram (1990: 45) menjelaskan *social identity* sebagai rasa keterkaitan, peduli, bangga dapat berasal dari pengetahuan seseorang dalam berbagai kategori keanggotaan sosial dengan anggota yang lain, bahkan tanpa perlu memiliki hubungan personal yang dekat, mengetahui atau memiliki berbagai minat. Menurut William James dalam (Walgito, 2002: 51), *social identity* lebih diartikan sebagai diri pribadi dalam interaksi sosial, dimana diri adalah segala sesuatu yang dapat dikatakan orang tentang dirinya sendiri, bukan hanya tentang tubuh dan keadaan fisiknya sendiri saja, melainkan juga tentang anak–istrinya, rumahnya, pekerjaannya, nenek moyangnya, teman–temannya, miliknya, uangnya dan lain-lain. Sementara Fiske dan Taylor (1991: 86) menekankan nilai positif atau negatif dari keanggotaan seseorang dalam kelompok tertentu.

konsep identitas sosial berhubungan dengan kehidupan sosial. Kategori sosial (Turner dan Ellemers, 2002: 29) mengungkapkan kategori sosial sebagai pembagian individu berdasarkan ras, kelas, pekerjaan, jenis kelamin, agama, dan

lain-lain. Kategori sosial berkaitan dengan kelompok sosial yang diartikan sebagai dua orang atau lebih yang mempersepsikan diri atau menganggap diri mereka sebagai bagian satu kategori sosial yang sama. Seorang individu pada saat yang sama merupakan anggota dari berbagai kategori dan kelompok sosial. Kategorisasi adalah suatu proses kognitif untuk mengklasifikasikan objek-objek dan peristiwa ke dalam kategori-kategori tertentu yang bermakna (Branscombe, 1999: 78). Berdasarkan uraian beberapa tokoh mengenai pengertian *social identity*, maka dapat disimpulkan bahwa *social identity* adalah bagian dari konsep diri seseorang yang berasal dari pengetahuan atas keanggotaannya dalam suatu kelompok sosial tertentu, yang di dalamnya disertai dengan nilai-nilai, emosi, tingkat keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga terhadap keanggotaannya dalam kelompok tersebut.

Lebih lanjut Jackson and Smith (Barron and Donn, 1991: 126) ada empat dimensi dalam mengkonseptualisasikan *social identity*, yaitu:

- a. Persepsi dalam konteks antar kelompok. Dengan mengidentifikasi diri pada sebuah kelompok, maka status dan gengsi yang dimiliki oleh kelompok tersebut akan mempengaruhi persepsi setiap individu didalamnya. Persepsi tersebut kemudian menuntut individu untuk memberikan penilaian, baik terhadap kelompoknya maupun kelompok yang lain.
- b. Daya tarik *in-group*. Secara umum, *in group* dapat diartikan sebagai suatu kelompok dimana seseorang mempunyai perasaan memiliki dan “*common identity*” (identitas umum). Sedangkan out group adalah suatu kelompok yang dipersepsikan jelas berbeda dengan “*in group*”. Berdasarkan *Social Identity*

*Theory*, Henry Tajfel dan John Turner mengemukakan bahwa prasangka biasanya terjadi disebabkan oleh “*in group favoritism*”, yaitu kecenderungan untuk mendiskriminasikan dalam perlakuan yang lebih baik atau menguntungkan in group di atas out group. Berdasarkan teori tersebut, masing-masing dari kita akan berusaha meningkatkan harga diri kita, yaitu: identitas pribadi (*personal identity*) dan identitas sosial (*social identity*) yang berasal dari kelompok yang dimiliki.

- c. Keyakinan saling terkait. *Social identity* merupakan keseluruhan aspek konsep diri seseorang yang berasal dari kelompok sosial mereka atau kategori keanggotaan bersama secara emosional dan hasil evaluasi yang bermakna. Artinya, seseorang memiliki kelekatan emosional terhadap kelompok sosialnya. Kelekatan itu sendiri muncul setelah menyadari keberadaannya sebagai anggota suatu kelompok tertentu. Orang memakai identitas sosialnya sebagai sumber dari kebanggaan diri dan harga diri. Semakin positif kelompok dinilai maka semakin kuat identitas kelompok yang dimiliki dan akan memperkuat harga diri. Sebaliknya jika kelompok yang dimiliki dinilai memiliki prestise yang rendah maka hal itu juga akan menimbulkan identifikasi yang rendah terhadap kelompok. Lebih lanjut apabila terjadi sesuatu yang mengancam harga diri maka kelekatan terhadap kelompok akan meningkat dan perasaan tidak suka terhadap kelompok lain juga meningkat.
- d. *Depersonalisasi*. Ketika individu dalam kelompok merasa menjadi bagian dalam sebuah kelompok, maka individu tersebut akan cenderung mengurangi nilai-nilai yang ada dalam dirinya, sesuai dengan nilai yang ada dalam kelompoknya tersebut. Namun, hal ini juga dapat disebabkan oleh perasaan

takut dianggap dalam kelompoknya karena telah mengabaikan nilai ataupun kekhasan yang ada dalam kelompok tersebut. Keempat dimensi tersebut cenderung muncul ketika individu berada ditengah-tengah kelompok dan ketika berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya.

*Social Identity* dimotivasi oleh dua proses yaitu *self-enhancement* dan *uncertainty reduction* yang menyebabkan individu untuk berusaha lebih baik dibandingkan kelompok lain. Motivasi ketiga yang juga berperan adalah optimal *distinctiveness*. Ketiga motivasi ini akan dijelaskan sebagai berikut (Burke, 2006: 62):

- a. Yaitu nilai yang mencakup keyakinan bahwa kelompok kita lebih baik dibandingkan kelompok mereka. Kelompok dan anggota yang berada di dalamnya akan berusaha untuk mempertahankan ciri khas yang baik karena hal itu menyangkut dengan martabat, status, dan kelekatan dengan kelompoknya. Hal ini seringkali dimotivasi oleh harga diri anggota kelompok. Ini berarti bahwa harga diri yang rendah akan mendorong terjadinya identifikasi kelompok dan perilaku antar kelompok. Dengan adanya identifikasi kelompok, harga diri pun akan mengalami peningkatan. *Self-enhancement* tak dapat disangkal juga terlibat dalam proses identitas sosial. Motif individu untuk melakukan social identity adalah untuk memberikan aspek positif bagi dirinya, misalnya meningkatkan harga dirinya, yang berhubungan dengan *self enhancement* (Burke, 2006:48).
- b. Mengurangi ketidakpastian *Uncertainty Reduction Motif*, motif ini secara langsung berhubungan dengan kategorisasi sosial. Individu berusaha mengurangi ketidakpastian subjektif mengenai dunia sosial dan posisi mereka

dalam dunia sosial. Individu suka untuk mengetahui siapa mereka dan bagaimana seharusnya mereka berperilaku. Selain mengetahui dirinya, mereka juga tertarik untuk mengetahui siapa orang lain dan bagaimana seharusnya orang lain tersebut berperilaku. Kategorisasi sosial dapat menghasilkan *uncertainty reduction* karena memberikan *group prototype* yang menggambarkan bagaimana orang (termasuk dirinya) akan dan seharusnya berperilaku dan berinteraksi dengan orang lain. Dalam *uncertainty reduction*, anggota kelompok terkadang langsung menyetujui status keanggotaan mereka karena menentang status kelompok berarti meningkatkan ketidakpastian. Individu yang memiliki ketidakpastian *self-conceptual* akan termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian dengan cara mengidentifikasikan dirinya dengan kelompok yang statusnya tinggi atau rendah. (Burke, 2006:48).

- c. Menyeimbangkan perbedaan motif ketiga yang terlibat dalam proses social identity adalah *optimal distinctiveness*. Menurut Brewer (1991) dalam (Burke, 2006:49), individu berusaha menyeimbangkan dua motif yang saling berkonflik (sebagai anggota kelompok atau sebagai individu) dalam meraih *optimal distinctiveness*. Individu berusaha untuk menyeimbangkan kebutuhan mempertahankan perasaan individualitas dengan kebutuhan menjadi bagian dalam kelompok yang akan menghasilkan definisi dirinya sebagai anggota kelompok.

Menurut Tajfel dalam (Ellemers, 2002:35) mengembangkan *social identity theory* sehingga terdiri dari tiga komponen yaitu *cognitive component (self categorization)*, *evaluative component (group self esteem)*, dan *emotional component (affective component)*, yaitu:

- a. *Cognitive component*, kesadaran seseorang tentang sesuatu yang didapatkan dari proses berpikir akan keanggotaannya dalam kelompok, seperti mengkategorikan dirinya. Individu mengkategorisasikan dirinya dengan kelompok tertentu yang akan menentukan kecenderungan mereka untuk berperilaku sesuai dengan keanggotaan kelompoknya.
- b. *Evaluative component*, merupakan nilai positif atau negatif yang dimiliki oleh individu terhadap keanggotaannya dalam kelompok, seperti group self esteem. Ini menekankan pada nilai-nilai yang dimiliki individu terhadap keanggotaan kelompoknya
- c. *Emotional component*, Merupakan perasaan keterlibatan emosional terhadap kelompok. *Emotional component* ini lebih menekankan pada seberapa besar perasaan emosional yang dimiliki individu terhadap kelompoknya (*affective commitment*). Komitmen afektif cenderung lebih kuat dalam kelompok yang dievaluasi secara positif karena kelompok lebih berkontribusi terhadap social identity yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa identitas individu sebagai anggota kelompok sangat penting dalam menunjukkan keterlibatan emosionalnya yang kuat terhadap kelompoknya walaupun kelompoknya diberikan karakteristik negatif.

### **2.9.3 Teori Pengembangan Identitas**

Teori pengembangan identitas ini dikembangkan oleh Phinney. Phinney (1989: 34) mengatakan Perkembangan identitas etnik menunjukan teori tahapan pengembangan identitas ini ditujukan untuk remaja. Teori ini dapat digunakan untuk memperoleh dan pertumbuhan komunikasi antar budaya.

Dalam perkembangan identitas etnis Phinney (1989: 36-49) mengajukan tiga tahapan yang di lalui oleh remaja sepanjang rentang kehidupannya melalui proses *eksplorasi* dan *komitmen*, Adapun ketiga tahapan status identitas etnik dalam adalah sebagai berikut:

1. Tahap pertama ditandai oleh kurangnya eksplorasi terhadap etnisitas, pada tahap ini seseorang tidak tertarik untuk mengeksplorasi terhadap etnisitas. Selama tahap ini seseorang tidak tertarik untuk mengeksplorasi atau menampilkan identitas pribadi mereka. Bagi budaya etnik minoritas, ketidak tarikan ini dapat berasal dari keinginan untuk menyembunyikan identitas etnis mereka sendiri, dalam usahanya untuk mengidentifikasi budaya yang lebih mayoritas. Secara konsep terdapat dua sub tipe yang belum dibedakan secara jelas dalam penelitian Phinney, yaitu :

- a) *Diffusion* individu pada tahap *diffusion* sama sekali tidak berminat akan etnisitasnya, belum pernah memikirkannya, tidak memandangnya sebagai sesuatu yang sangat penting, dan pada umumnya tidak mempermasalahkannya.
- b) *Foreclosure/pre-encounter* Individu pada tahap *Foreclosure* individu menunjukkan ketertarikan dan kepedulian, menganggap penting, mempunyai pemikiran yang jelas tentang etnis mereka sendiri, dan bahkan menyatakan perasaan positif atau kebanggaan akan kelompok mereka. Dalam hal ini, individu tersebut belum mengerti persoalan secara mendalam. Contohnya seperti individu tersebut tidak dapat mengatakan kelebihan dan kekurangan atau pengaruh-pengaruh etnis terhadap hidup individu itu sendiri. Mereka tidak tahu banyak tentang kelompok mereka

dan kesadaran mereka tentang implikasi keanggotaan kelompok mereka sedikit atau tidak ada sama sekali. Kesadaran akan persoalan etnis dalam hidup mereka bersifat *superficial*, barangkali diperoleh dari orang tua atau anggota keluarga mereka.

2. Identitas Etnik *Search* atau pencarian identitas etnis, dimulai ketika seseorang mulai terkait untuk mempelajari dan memahami identitas etnis mereka sendiri. Pegerakan dari satu tahap ke tahap yang lain dapat dipengaruhi oleh berbagai stimulasi. Pendiskriminasian dapat menggerakkan anggota dari kelompok minoritas untuk menunjukkan etnis mereka sendiri. Hal ini dapat mewujudkan beberapa kepercayaan dan nilai budaya mayoritas yang merugikan anggota budaya minoritas. Menunjukkan tingginya *ekplorasi* akan keterlibatan atau mulai menjalin keterkaitan dengan etnisitasnya sendiri tanpa menunjukkan ada usaha kearah komitmen. Tanda yang menentukan ialah keterlibatan aktif pada saat ini dalam proses *eksplorasi*, yaitu berusaha belajar lebih banyak tentang kebudayaan mereka, memahami latar belakang mereka, dan memecahkan persoalan yang berkaitan dengan arti dan implikasi keanggotaan mereka dalam kelompok etnis mereka, tetapi belum sampai pada komitmen yang jelas.
3. Identitas etnik *achieved*, yaitu pencapaian atau ketika seorang individu tersebut dapat memahami yang jelas dan pasti mengenai identitas budayanya sendiri. Bagi anggota minoritas hal ini biasanya datang dengan kemampuan untuk berhubungan dengan diskriminasi dan stereotip negatif secara efektif. Pencapaian identitas juga dapat memberikan rasa percaya diri dan penghargaan terhadap diri sendiri. Adanya komitmen tentang kebersamaan

dengan kelompoknya sendiri. Berdasarkan pada pengetahuan dan pengertian atau mengerti akan perolehan atau keberhasilan melalui suatu eksplorasi aktif tentang latar belakang kulturalnya sendiri. Ciri yang menentukan adalah remaja yang telah mencapai identitas etnik ialah perasaan aman dengan diri sendiri sebagai anggota kelompok etnik, termasuk penerimaan dan pemahaman implikasi sebagai anggota kelompok tersebut.

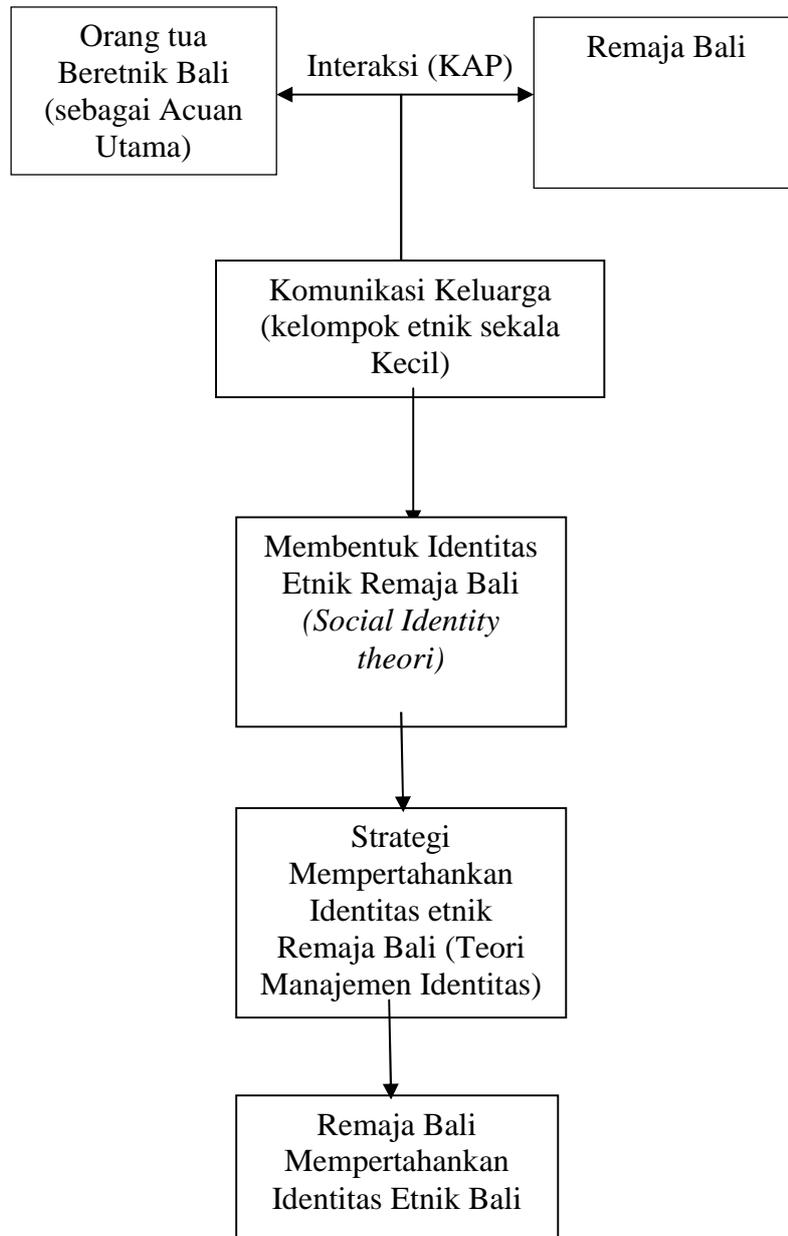
### **2.10 Kerangka Pikir**

Etnik Bali merupakan salah satu etnik pendatang yang berada di Provinsi Lampung, dan tersebar di berbagai di daerah lampung salah satunya adalah perumahan Bataranila Kecamatan Hajimena Lampung Selatan. Masyarakat yang terdapat di Perumahan Bataranila beragam dari berbagai latar belakang etnis yang berbeda. Hal tersebut dapat mempengaruhi identitas etnis yang dimiliki keluarga beretnis Bali karena mereka merupakan etnis minoritas di Perumahan Bataranila. Hal tersebut dikhawatirkan akan mempengaruhi identitas etnis Bali itu sendiri terutama para remaja yang masih dalam tahapan mencari jati diri. Diperlukan strategi dari orang tua untuk membentuk dan mempertahankan identitas etnis Bali tersebut kepada anaknya yang memasuki usia remaja.

Proses pembentukan identitas etnik remaja Bali dan strategi mempertahankan identitas etnik pada remaja Bali dalam penelitian ini adalah diawali dengan interaksi antara anak (remaja Bali) dengan orangtuanya dalam bentuk komunikasi antarpribadi. Kemudian interaksi dalam bentuk komunikasi antarpribadi tersebut berkembang menjadi komunikasi keluarga. Keluarga etnik Bali dalam penelitian ini merupakan kelompok etnik Bali yang berskala kecil yang terbentuk dari

keluarga intinya. Komunikasi keluarga tersebut berperan dalam pembentukan identitas etnik remaja Bali. Dalam teori identitas sosial oleh Ttajful Tunner remaja beretnik Bali akan membentuk identitas etniknya dengan berinteraksi dengan kelompoknya yang memiliki kesamaan dengannya seperti kesamaan etnik, dan keluarga etnik Bali merupakan kelompok yang terdiri dari etnik yang sama.

Dalam strategi mempertahankan identitas etnik remaja Bali, komunikasi keluarga juga berperan baik komunikasi antar personal, dan komunikasi intrabudaya keluarga etnik Bali terdiri dari orang yang berasal dari etnik yang sama dan membentuk keluarga yang menjadi kelompok dengan etnik yang sama dalam skala kecil. Dalam teori manajemen identitas disebutkan bahwa sebuah identitas diciptakan, diatur, dan di ubah dalam sebuah ikatan hubungan, oleh sebab itu penelitian ini lebih ke arah ikatan sebuah hubungan keluarga dan termasuk komunikasi antarpribadi antara orangtua dan anak akan dapat mempertahankan identitas etnik Anak. Dengan menggunakan kedua teori tersebut yang merupakan landasan penelitian ini yaitu strategi mempertahankan identitas etnik remaja Bali dalam komunikasi keluarga etnik Bali di Perumahan Batranila, Desa Hajimena, Lampung Selatan Kerangka pikir dari penelitian ini akan dijelaskan dengan bagan berikut ini :



**Bagan 2.1 Kerangka Pikir**