

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu ini untuk menjadi salah satu rujukan peneliti ketika menjalankan penelitian, yang mana nantinya peneliti bisa menggunakan temuan-temuan sebelumnya dalam mempelajari penelitian yang dilakukan saat ini. Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan penelitian dengan judul yang serupa dengan penelitian mengenai perilaku *meboya* dalam komunikasi interpersonal. Akan tetapi ada beberapa penelitian sebelumnya yang peneliti gunakan sebagai referensi pada penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu berbentuk yang berhubungan dengan penelitian mengenai perilaku *meboya* dalam komunikasi interpersonal :

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
I Putu Sastra Wingarta (S2 Ketahanan Nasional, Tesis, 2008)	<i>Meboya</i> masyarakat Buleleng Bali dan pengaruhnya terhadap kewaspadaan dan ketahanan nasional	Pada penelitian, peneliti sebelumnya mendefinisikan bahwa terdapat dua sisi dari perilaku <i>meboya</i> . Sisi pertama, situasi di mana predikat <i>meboya</i> akan diberikan kepada seseorang yang menunjukkan perilaku menolak membantah, atau perilaku yang menunjukkan perlawanan. Dalam situasi seperti ini, seseorang tersebut akan menunjukkan bentuk perilaku curiga dan atau berprasangka kepada lawan bicaranya. Sementara untuk sisi

		kedua, ditunjukkan oleh orang-orang yang menebar kebohongan serta provokatif sebagai bentuk upaya untuk menanamkan kooptasi dan pengaruh kepada lawan bicaranya. (Wingarta, 2008)
I Wayan Putra Yasa  (Dosen Prodi Pendidikan Sejarah, Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Pendidikan Ganesha)	“ <i>Meboya</i> Kesadaran Kritis Anti-Hoax untuk Integrasi Bangsa”  (Jurnal Kajian Ruang Sosial-Budaya, Vol. 3, No. 2, 2019. Hal.51-63.	Pada penelitian ini, peneliti menuliskan perilaku orang Buleleng dikenal dengan perilaku meboya, yang cenderung sebagai hal yang negatif. Namun demikian, apabila perilaku meboya ini dikembangkan dalam rangka untuk menangkal dan meminimalisir perkembangan berita palsu (hoax) tentunya dapat menjadi dampak positif bagi perkembangan informasi serta kehidupan bermasyarakat (Yasa I. P., 2019)
<p><b>Perbedaan :</b>            Dalam penelitian mengenai perilaku <i>meboya</i> ini, terdapat perbedaan pada penelitian, yang mana perbedaan tersebut terletak terletak pada objek penelitian dan sumber data yang digunakan</p> <p><b>Persamaan :</b>            Sementara, penelitian ini juga memiliki kesamaan mengenai perilaku <i>meboya</i> yang dijadikan topik dalam penelitian ini.</p>		

Dalam penelitian ini, posisi riset terletak pada bagaimana perilaku *meboya* ini sebenarnya dalam konteks komunikasi interpersonal. Baik perilaku komunikasi komunikator atau komunikan saat keduanya saling berkomunikasi. Bagaimana respon

antar kedua belah pihak saat keduanya saling memberikan feedback saat berkomunikasi.

## 2.2. Pengertian Komunikasi

Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata bahasa Latin ‘communicatio’ dan kata ini berasal dari kata ‘communis’ yang berarti tentang hal apa saja yang akan disampaikan atau dikomunikasikan. Sementara secara terminologis, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian sebuah ungkapan (pesan) dari seorang pembicara (komunikator) terhadap lawan bicaranya (komunikan). Menurut definisi paradigmatis, komunikasi dapat diartikan sebagai pola yang mencakup beberapa komponen yang memiliki hubungan satu dengan lain secara dapat dilihat agar mendapatkan satu tujuan tertentu (Suprpto, 2009). Dalam sebuah artikel online yang dimuat oleh halaman Kompas (Utami & Gischa, 2021), meparkan beberapa definisi komunikasi oleh para ahli :

- Everett M Rogers dan Lawrence Kincaid dalam buku *Communication Network: Toward a New Paradigm for Research* (1981) mengatakan bahwa komunikasi adalah sebuah proses di mana dua orang atau dalam jumlah lebih melakukan pertukaran pesan atau informasi (Rogers & Kincad, 1981).
- C. Shannon dan W. Weaver dalam bukunya berjudul *The Mathematical Theory of Communication* (1949), mendefinisikan komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia dengan tujuan memengaruhi satu sama lain yang dilakukan secara sengaja dan tidak sengaja (Shannon & Weaver, 1949).
- Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam buku *Human Behavior: An Inventory of Scientific Finding* (1964) menyebutkan bahwa komunikasi merupakan proses perpindahan atau penyampaian informasi, gagasa, emosi, keterampilan, dan lain-

lain yang dapat disampaikan dengan kata, angka, simbol, gambar, dan lain sebagainya (Barelson & Steiner, 1964).

### 2.3. Komunikasi Interpersonal

Setiap individu tentunya memiliki kebutuhan tersendiri dalam berkomunikasi disetiap harinya. Ada banyak alasan yang mengharuskan seseorang berkomunikasi yang didasari oleh kebutuhan masing-masing individu. Beberapa ahli menjelaskan bagaimana kebutuhan komunikasi dalam konteks komunikasi interpersonal. Seorang ahli psikologi bernama William Schuts mengembangkan teori mengenai kebutuhan interpersonal. Dalam Wood (2013), Schuts mengatakan bahwa hubungan interpersonal yang berkelanjutan dapat dilihat dari seberapa baik hal tersebut memenuhi tiga kebutuhan dasar dalam berkomunikasi. Tiga kebutuhan dasar tersebut diantaranya :

1. Afeksi

Afeksi merupakan suatu keinginan dari seorang individu untuk mendapatkan rasa aman dan kasih sayang dari lawan bicara.

2. Inklusif

Inklusif merupakan suatu keinginan dari seorang individu untuk menjadi bagian yang dilibatkan dari suatu kelompok tertentu.

3. Kontrol

Kontrol merupakan keinginan seorang individu untuk memiliki kendali penuh dalam suatu komunikasi untuk mempengaruhi lawan bicaranya atau peristiwa dalam kehidupan.

Sedangkan Abraham Maslow (1943) menyampaikan bahwa manusia berkomunikasi adalah agar dapat memenuhi kebutuhan dirinya sendiri. Pendapat Abraham Maslow merupakan pengembangan dari gagasan William Schuts. Maslow

mengatakan bahwa kebutuhan dasar tiap seseorang harus dapat dipenuhi sebelum tertuju pada kebutuhan lainnya. Kebutuhan dasar tersebut diantaranya :

1. Kebutuhan Fisiologi

Hal paling mendasar yang dibutuhkan manusia adalah kebutuhan bertahan hidup. Keterampilan berkomunikasi membantu manusia untuk memenuhi segala kebutuhan fisiologis tersebut.

2. Kebutuhan Keselamatan dan Keamanan

Kebutuhan akan keselamatan dan rasa aman bagi setiap manusia merupakan hal yang cukup penting, maka dari itu setiap orang perlu berkomunikasi untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

3. Kebutuhan Cinta Kasih dan Rasa Memiliki

Kebutuhan selanjutnya yang disampaikan Abraham Maslow adalah kebutuhan untuk dapat memiliki dan bergabung di lingkungan sosial. Setiap individu dari kita pasti menginginkan rasa aman dan kasih sayang, rasa diterima dan diakui. Sebaliknya juga begitu, rasa tersebut ingin kita berikan kepada sesame untuk menikmati hidup yang nyaman dan tenang.

4. Kebutuhan Harga Diri

Tingkat kebutuhan lebih tinggi yang disampaikan Abraham Maslow selanjutnya adalah kebutuhan mendapat harga diri. Kebutuhan ini melibatkan penghargaan terhadap seseorang yang menghormati nilai yang diyakini orang lain. Maka dari itu, komunikasi merupakan cara agar seseorang dapat menggambarkan siapa dirinya dan apa yang seseorang itu inginkan. Komunikasi juga menjadi jembatan untuk mendapatkan kebutuhan akan harga diri tersebut.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Selanjutnya Abraham Maslow menjelaskan, aktualisasi diri adalah kebutuhan seseorang yang paling abstrak. Maslow menggambarkan bahwa aktualisasi merupakan cara manusia untuk mengembangkan diri dengan menggunakan bakat, potensi, serta kemampuan manusia.

Dalam hierarki Abraham Maslow, kemungkinan untuk memenuhi kebutuhan pribadi tergantung dari pada kemampuan diri tersebut untuk berpartisipasi efektif dalam dunia sosial yang sangat beragam (Maslow, 1943). Melalui komunikasi, akan tercipta interaksi, dan melalui interaksi kita akan banyak belajar tentang pengalaman, nilai, kebiasaan, dan gaya hidup orang lain.

Keberhasilan komunikasi dapat ditandai dengan beberapa pencapaian, diantaranya, pertama adalah pemahaman bersama. Pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan (komunikator) dapat benar-benar dipahami oleh penerima pesan (komunikasn). Kedua adalah timbal balik, terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikasn untuk saling melengkapi informasi. Ketiga adalah tujuan tercapai, misalnya untuk memberikan informasi, mempengaruhi sikap, atau membangun hubungan. Keempat adalah efek yang diinginkan, komunikasi akan dianggap efektif apabila dapat menimbulkan efek berupa peningkatan pemahan, perubahan sikap, atau peningkatan hubungan yang terjalin.

Adapun beberapa pendapat menurut para ahli tentang keberhasilan komunikasi. Dalam buku yang berjudul *Communication and Persuasion* dikatan bahwa komunikasi dikatakan berhasil apabila dapat mengubah sikap atau perilaku penerima sesuai dengan tujuan dari komunikator (Hovland, Janis, & Kelley, 1953). Adapun pendapat menurut Stewart L. Tubbs dan Sylavia Moss tentang keberhasilan komunikasi dalam konteks komunikasi interpersonal. Mereka melihat komunikasi sebagai alat untuk membangun

dan memelihara hubungan sosial. Komunikasi yang efektif tidak hanya tentang transfer informasi, tetapi juga mampu menimbulkan kesenangan dan meningkatkan kedekatan antar individu (Tubbs & Moss, Human Communication, 2000).

Bentuk komunikasi interpersonal dapat dibagi menjadi dua bagian, yang pertama adalah *dyadic communication*, yakni komunikasi yang berlangsung antar dua orang. Orang pertama bertindak sebagai komunikator yang mengirimkan pesan dan seorang lagi bertindak sebagai komunikan yang akan menerima pesan tersebut. Bentuk komunikasi selanjutnya adalah *triadic communication*, yakni komunikasi antarpersonal yang mana dalam komunikasi tersebut terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan.

Jika dibandingkan keduanya, komunikasi yang terdiri dari dua orang akan lebih efektif, karena komunikator akan fokus memperhatikan lawan bicaranya tersebut, sehingga seorang pembicara dapat menguasai pembicaraan sepenuhnya. Tak hanya itu, umpan balik juga akan berlangsung berlangsung, hal ini dikarenakan proses komunikasi yang berlangsung secara efektif (Rohim, 2009).

#### **2.4. Perilaku Komunikasi**

Setiap seseorang yang melakukan aktifitas komunikasi tentunya memiliki perilakunya tersendiri. Banyak factor yang mempengaruhi perilaku individu dalam berkomunikasi. Perilaku komunikasi merujuk pada semua tindakan atau respon yang muncul pada individu atau kelompok saat bertukar pesan, informasi atau makna dengan orang lain.

Sebelum menggali lebih jauh tentang perilaku komunikasi, ada baiknya untuk menggali apa saja factor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Dalam Buku berjudul Psikologi Komunikasi, karya Dr. H. M. Husni Ritonga, M.A, dijelaskannya

bahwa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku komunikasi terdiri dari faktor internal atau personal dan factor external atau situasional (Ritonga, 2019). Faktor personal merupakan factor yang asalnya dari dalam diri sendiri yang dapat memberikan pengaruh kepada orang tersebut. Faktor personal terdiri dari :

1. Faktor Biologis

Faktor biologis seseorang dapat menentukan dan mempengaruhi perilakunya. Struktur DNA yang menyimpan seluruh memori biologis dari yang diturunkan kedua orang tuanya, menentukan perilaku dari seseorang tersebut.

2. Faktor Sosiopsikologis

Manusia adalah makhluk sosial, dari proses sosial ia akan banyak memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Terdapat tiga komponen dalam perilaku seseorang, yang pertama adalah afektif. Komponen ini merupakan aspek emosional dari factor sosiopsikologis. Komponen kedua merupakan kognitif, komponen ini merupakan aspek kemampuan intelektual, berkaitan dengan apa yang diketahui seseorang. Komponen ketiga adalah konatif, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan dalam bertindak.

- a. Sikap

Terdapat banyak definisi mengenai apa itu sikap. Berikut ini kesimpulan akan definisi sikap berdasarkan sumber yang didapat. Pertama, sikap merupakan sebuah kecenderungan seseorang untuk bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, nilai atau situasi tertentu.

Kedua, sikap memiliki daya pendorong dan motivasi yang kuat. Sikap dapat menentukan bagaimana keputusan seseorang apakah harus sepakat atau tidak akan sesuatu, menentukan yang disukai, diinginkan, dan diharapkan, serta mengesampingkan apa yang tidak disukai dan yang harus dihindarkan.



Ketiga, sikap relative menetap. Berbagai studi mengatakan bahwa sikap menolak akan terus dipertahankan. Keempat, sikap mengandung nilai evaluative, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Kelima, sikap dapat diperteguh atau diubah.

b. Emosi

Emosi akan menunjukkan guncangan organisme yang diikuti dengan gejala-gejala kesadaran, berperilaku, dan proses psikologi. Empat fungsi emosi diantaranya, emosi adalah pembangkit energi, emosi adalah pembawa informasi, emosi juga pembawa pesan dalam komunikasi, emosi juga merupakan sumber informasi tentang keberhasilan seseorang.

c. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan komponen kognitif dari factor factor sosiopsikologis. Kepercayaan memberikan dasar bagi seseorang dalam mengambil keputusan dan menentukan sikap terhadap suatu objek serta memberikan perspektif bagi seseorang dalam mempersepsikan kenyataan.

d. Kebiasaan

Kebiasaan merupakan aspek perilaku manusia yang sifatnya menetap, berlangsung secara alami tidak direncanakan yang terbentuk dari dari hasil pelaziman dalam rentan waktu yang cukup lama serta reaksi yang berulang.

e. Kemauan

Kemauan memiliki kaitan erat dengan tindakan seorang individu. Menurut Richard Dawey dan W.J. Humber merupakan hasil dari keinginan untuk mencapai tujuan tertentu yang kuat sehingga memicu seseorang untuk mengorbankan lainnya, yang dirasa tidak sesuai dengan pencapaian. Selain itu, kemauan juga merupakan pemahaman tentang cara-cara yang

diperlukan untuk mencapai tujuan. Kemauan juga dipengaruhi oleh kecerdasan dan energi untuk menggapai tujuan. Kemauan juga merupakan pengeluaran energi dengan satu cara yang tepat untuk menggapai tujuan yang diinginkan.

Selain dari faktor personal atau internal, alam buku berjudul Psikologi Komunikasi, karya Dr. H. M. Husni Ritonga, M.A, menjelaskan faktor-faktor situasional atau external dari perilaku manusia . Berikut faktor-faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia :

A. Faktor Ekologis

Kondisi alam (geografis) dan iklim (temperature) dapat mempengaruhi bagaimana perilaku dari tiap individu. Sebagai contoh, orang yang berada di dataran lebih rendah dan bercuaca lebih panas akan berbicara lebih kerasa dan mudah emosi, disbanding dengan orang yang berada di dataran tinggi dan bercuaca dingin.

B. Faktor Rancangan dan Arsitektur

Faktor rancangan dan arsitektur yang dimaksud dalam hal ini bahwa, ruang dimana seseorang tersebut berada dapat mempengaruhi bagaimana perilaku dari seseorang tersebut berperilaku dan berkomunikasi.

C. Faktor Temporal

Faktor temporal erat kaitannya dengan waktu, Sebagai contoh pesan komunikasi yang disampaikan pada pagi hari dengan malam hari tentunya memiliki perbedaan perilaku dalam menyampaikan suatu pesan tersebut.

D. Faktor Sosial

Perilaku manusia akan banyak dipengaruhi oleh suatu masyarakat, struktur kelompok dan organisasi, serta karakteristik populasi setempat. Besar kecilnya

suatu kelompok atau organisasi dapat mempengaruhi jaringan komunikasi dan system pengambilan keputusan. Dalam dunia ilmu komunikasi juga dijelaskan bagaimana system komunikasi dipengaruhi oleh struktur sosial, seperti pada teori penyebaran inovasi dari Rogers dan Shoemaker (1971) dan teori kritik dari Habermas (1979).

#### E. Faktor Lingkungan Psikososial

Persepsi akan kepuasan terhadap lingkungan, akan berpengaruh terhadap cara kita dalam berkomunikasi di dalam lingkungan itu.

Setiap komunikasi yang dibangun tentunya memiliki faktor tersendiri dalam menentukan efektifitas komunikasi tersebut. Berkomunikasi efektif berarti setiap komunikator dan komunikan memiliki pengertian yang sama akan suatu pesan. Maka dari itu, dalam istilah luar orang menyebutnya *the communication is in tune*, yang mana kedua pihak antara komunikator dan komunikan sama-sama memahami pesan komunikasi yang sedang dibicarakan. Seperti pendapat ahli Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, komunikasi yang dianggap efektif dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, dapat menimbulkan hubungan sosial yang baik, serta pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan (Tubbs & Moss, Human Communication, 2001).

Komunikasi yang dianggap efektif diartikan sebagai pertukaran informasi, ide, perasaan yang dapat merubah sikap dan hubungan baik. Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif apabila tujuan dari pengirim pesan atau komunikator terpenuhi dan tercapai. Maka dari itu dapat disimpulkan, komunikasi yang efektif adalah saling bertukarnya informasi, gagasan, rasa, dan sikap antara dua orang atau kelompok yang hasilnya atau tujuannya sesuai dengan harapan dan dapat menghasilkan perubahan.

Agar komunikasi bisa berlangsung efektif, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan. Menurut Scoot M. Culp dan Allen dalam bukunya yang berjudul

*Effective Public Relation*, faktor-faktor tersebut disebut dengan *The Seven Communication*, diantaranya :

a. *Credibility*

Kredibilitas sangat berkaitan erat dengan kepercayaan. Seorang pembicara harus memiliki kredibilitas tinggi agar dapat dipercaya oleh pendengarnya.

b. *Context*

Dalam menarik perhatian lawan bicara, diperlukan konteks yang tepat dalam suasana yang mendukung agar komunikasi dapat berjalan dengan baik.

c. *Content*

Pesan merupakan materi utama dari sebuah komunikasi, komunikasi akan berjalan dengan baik apabila pesan yang disampaikan memiliki manfaat bagi penerimanya.

d. *Clarity*

Kejelasan dalam komunikasi akan mengurangi resiko dari kesalah pahaman antara komunikator dan juga komunikan.

e. *Continuity and Consistency*

Agara komunikasi dapat berhasil sesuai dengan napa yang diharapkan, maka perlu disampaikan dengan konsisten dan berkesinambungan.

f. *Capability of Audience*

Komunikasi dapat berhasil apabila lawan bicara atau komunikan memiliki kapasitas pemahaman yang baik dalam menerima pesan komunikasi.

g. *Channels of Distribution*

Pemilihan media yang tepat menjadi salah satu faktor dari keberhasilan komunikasi.

Komunikasi yang efektif meliputi banyak komponen, seperti kredibilitas, konteks, isi pesan, kejelasan pesan, konsistensi, kapabilitas lawan bicara, dan media

yang digunakan. Dengan memperhatikan prinsip-prinsip ini, komunikasi dapat dilakukan dengan efektif sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

## 2.5. Perilaku Meboya

Meboya jika diartikan dalam bahasa Indonesia sering diartikan dengan sikap skeptisme, yang mempunyai hubungan erat dengan keragu-raguan terhadap segala sesuatu hal yang baru didapatkan. Beberapa karakter paling menonjol dari Orang Buleleng, antara lain, skeptis, egaliter, open-minded dan hangat (Dewata News, 2015).

Menurut Yasa (2019), pada umumnya perilaku meboya selalu meragukan setiap informasi sekalipun itu tentang ilmu pengetahuan, dikarenakan mereka cenderung merasa sepemahaman dan masih mencari kebenaran akan informasi tersebut. Perilaku meboya ini ditunjukkan dengan selalu mempertanyakan setiap hal serta selalu mencari alasan pembenaran atau menolak hal baru tersebut. Sikap ini didorong oleh rasa ketidaksepakatan yang tak berujung. Menurut Yasa, masyarakat Buleleng dianggap sebagai masyarakat yang egaliter, atau setiap individu memiliki kedudukan serta derajat yang sama di mata Tuhan (Yasa I. P., 2019). Salah satu syarat untuk memahami penggunaan meboya menurut Wingarta adalah Ketika seseorang melakukan kegiatan menolak, berdebat, tidak setuju dan menunjukkan perlawanan, serta dalam situasi tersebut menunjukkan keraguan atau prasangka (Wingarta, 2008).

Sisi pertama, perilaku meboya ini ditunjukkan oleh seseorang yang menunjukkan perilaku menolak, membantah, tidak sepemahaman, atau menunjukkan perilaku yang menunjukkan perlawanan. Dalam situasi seperti ini, seseorang tersebut akan menunjukkan bentuk perilaku curiga dan atau berprasangka kepada lawan bicaranya. Dalam buku *Theories of Human Communication* karya Littlejohn dan Foss menereangkan bahwa penolakan dalam komunikasi sering terjadi ketika seseorang merasa terancam, tidak nyaman, atau tidak setuju dengan pesan yang disampaikan.

Sikap menolak ini bisa muncul sebagai bentuk perlindungan diri terhadap ancaman terhadap identitas atau kepentingan pribadi (Littlejohn & Foss, 2014).

Sementara untuk sisi kedua, perilaku *meboya* akan ditunjukkan oleh orang-orang yang menebar kebohongan dan provokatif dengan tujuan untuk menanamkan kooptasi dan pengaruh kepada lawan bicaranya. Pendapat Wingarta memiliki kesamaan dengan pendapat David Buller dan Judee Burgoon tentang *Interpersonal Deception Theory* atau Teori Kebohongan interpersonal. Buller dan Burgoon menjelaskan bahwa kebohongan adalah bagian dari strategi komunikasi yang kompleks. Teori Kebohongan interpersonal menyatakan bahwa ketika seseorang berbohong, mereka secara aktif mengelola pesan baik verbal maupun non-verbal untuk menipu penerima, serta memonitor reaksi orang tersebut untuk memastikan bahwa kebohongan mereka berhasil (Buller & Burgoon, 1996). Penerima pesan juga secara aktif menginterpretasikan dan menilai kejujuran pesan yang diterima. Pada penjelasan Wingarta (2008), menjelaskan bahwa kebohongan sebagai upaya untuk menanamkan pengaruh, begitu juga dalam teori kebohongan interpersonal yang menyatakan bahwa kebohongan adalah strategi komunikasi yang kompleks.

Pada sisi pertama dalam perilaku *meboya* yang dijelaskan oleh Wingarta, sangat erat kaitannya dengan sikap berani. Dalam konteks komunikasi, sikap berani memiliki kaitan erat dengan komunikasi. Albert Mehrabian, dalam bukunya "*Nonverbal Communication*" menjelaskan tentang pentingnya kejelasan komunikasi. Sikap berani melibatkan keberanian untuk menyampaikan pesan secara jelas dan tegas, baik melalui bahasa verbal maupun non verbal (Mehrabian, 1972). Menurutnya, sikap berani dalam komunikasi bukan hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga memastikan pesan yang disampaikan dalam komunikasi dapat dipahami dengan baik oleh lawan bicara. Abraham Maslow melihat keberanian dalam konteks aktualisasi diri. Dalam hierarki

kebutuhan interpersonal, seseorang yang mencapai aktualisasi diri akan merasa cukup aman untuk berani mengekspresikan diri, baik dalam situasi positif atau negative. Sikap berani dalam komunikasi melibatkan kemampuan untuk berbicara sesuai dengan apa yang dirasakan, serta menjaga otentisitas dalam hubungan interpersonal. Menurut Rollo May, keberanian adalah elemen penting dari keberadaan manusia (May, 1975). Dalam konteks komunikasi interpersonal, May menekankan pentingnya keberanian untuk menghadapi ketidakpastian dan konflik yang mungkin timbul. Sikap berani disini melibatkan kemampuan untuk menghadapi situasi yang mungkin menantang atau tidak nyaman, tanpa menghindari atau menyerah pada tekanan.

Selain sikap berani dalam perilaku *meboya* pada komunikasi interpersonal, terdapat juga superioritas dalam perilaku *meboya*. Superioritas dalam komunikasi merujuk pada sikap atau perilaku di mana seseorang merasa atau menunjukkan bahwa mereka lebih baik, lebih berkuasa, atau lebih kompeten daripada orang lain dalam percakapan atau interaksi sosial. Sikap superioritas ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti merendahkan, mendominasi, atau tidak menghargai pendapat orang lain yang sering kali berdampak negative pada proses komunikasi.

Menurut Jack R. Gibb dalam teorinya tentang ***Defensive Communication*** (komunikasi defensif), superioritas adalah salah satu elemen yang mendorong perilaku defensif dalam komunikasi (Gibb, 1961). Dalam situasi di mana seseorang menunjukkan superioritas, orang lain dalam interaksi sering kali merasa terancam, tidak aman, atau diremehkan, yang menyebabkan respons defensif. Gibb menjelaskan bahwa komunikasi yang mengekspresikan superioritas akan membuat orang merasa dikendalikan, dikritik, atau diserang. Sebaliknya, komunikasi yang menunjukkan kesetaraan akan lebih mendorong partisipasi, kolaborasi, dan keterbukaan. Ketika seseorang berbicara dengan sikap merendahkan atau menunjukkan bahwa dirinya lebih

pintar atau lebih berpengalaman, ini menciptakan situasi defensif. Lawan bicara mungkin merasa malu, takut salah, atau enggan untuk berbicara lebih lanjut.

Pendapat dari Jack Gibb memiliki beberapa kesesuaian dengan perilaku *meboya*. Gibb (1961) menjelaskan tentang komunikasi defensive memiliki enam aspek didalamnya, yang diantaranya evaluasi, kontrol, strategi, netralitas, superioritas, dan kepastian. Pertama, evaluasi yang berarti komunikasi yang berjalan dengan kesan kritikan, celaan atau kecaman, intimidatif yang bersifat secara subjektif serta emosional. Kedua adalah kontrol, yaitu adanya manipulasi, pengendalian, desakan, atau paksaan.. Ketiga berikutnya adalah strategi, yang berarti banyak pengelabuan untuk menguntungkan beberapa pihak. Keempat adalah netralitas, seorang tidak menganggap orang lain ada. Kelima adalah superioritas, berarti tindakan yang mengandalkan kekuasaan. Serta yang terakhir adalah aspek kepastian yang artinya semua keputusan sudah pasti dan tidak dapat diubah.

## **2.6. Basis Teori**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan basis teori kebutuhan hubungan interpersonal. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh William Schutz pada tahun 1958. Dalam teori kebutuhan hubungan interpersonal dijelaskan di dalamnya berisi tentang kebutuhan setiap manusia saat menjalin hubungan interpersonal, diantaranya yaitu inklusif, kontrol dan afeksi. Inklusif adalah upaya untuk membangun komunikasi yang memuaskan dengan standar memuaskan menurut tiap individu berbeda-beda. Sedangkan kontrol adalah keinginan suatu individu untuk menguasai komunikasi dengan memimpin, mendominasi, mempengaruhi, hingga memberontak. Terakhir adalah afeksi, yakni sesuatu perasaan yang berhubungan dengan kasih sayang dan emosi.



## 2.7. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki fokus penelitian yang mana terkait dengan judul “Perilaku *Meboya* dalam Komunikasi Interpersonal” pada masyarakat desa Banyuasri, Kabupaten Buleleng, Bali. Pada penelitian ini, peneliti terfokus pada menggambarkan perilaku *meboya* dalam komunikasi interpersonal.

Perilaku *meboya* dalam komunikasi interpersonal merupakan sebuah tindakan penolakan, curiga, berbohong, dan merendahkan dengan maksud tujuan untuk pertahanan diri, mempengaruhi, menghasut, pembuktian, serta mendapatkan pengakuan dari orang lain. Perilaku *meboya* hanya dapat dilakukan pada level komunikasi interpersonal. Pada level interpersonal, orang memiliki perilaku *meboya* akan merasa lebih berani dan superior dalam mengutarakan apa yang ingin disampaikan. Selain merasa lebih berani, seseorang akan merasa lebih dipercaya dan mudah untuk mempengaruhi lawan bicaranya tersebut.

Adapun beberapa kategori dari perilaku *meboya* menurut peneliti. Kategori pertama yakni mereka yang menolak dan curiga (*sing ngugu*) akan hal baru dengan maksud tujuan sebagai bentuk pertahanan diri. Kategori kedua, yakni mereka yang menanamkan kebohongan dan berita palsu (*melog-melog*) dengan maksud tujuan untuk mempengaruhi atau menghasut lawan bicara agar sependapat atau bahkan mengikuti apa yang dibicarakan. Sementara untuk kategori ketiga, yakni mereka yang merendahkan (*nyampahang*) lawan bicara dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan pengakuan atau validasi dan afirmasi diri.