

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah proses penyampain dan penerimaan pesan yang dilakukan dalam diri sendiri. Manusia dalam diri sendiri menggunakan bahasa dan pemikiran dalam berkomunikasi untuk melakukan suatu respon atau tindakan. Komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri adalah proses transformasi pesan yang terjadi dalam diri sendiri adalah proses transformasi pesan yang terjadi di dalam pemikiran dan direspon kembali di dalam pemikiran tersebut. Komunikasi intrapersonal yang terjadi pada umumnya dalam bentuk bertanya pada diri sendiri, berbicara pada diri sendiri, berdialog, komunikasi motivasi dalam diri sendiri dan lainnya. ⁷

Berikut beberapa definisi komunikasi intrapersonal yang telah dirumuskan oleh beberapa ahli, Judy Pearson dan Paul Nelson (2011) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai proses menggunakan pesan untuk menghasilkan makna di dalam diri. Ronald B. Adler dan George Rodman (2006) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai komunikasi dengan diri sendiri.⁸ Dan Charles V. Roberts (1983) mendefinisikan komunikasi intrapersonal sebagai semua penguraian, pemrosesan, penyimpanan, dan pengkodean pesan fisiologis dan psikologis yang muncul di dalam individu pada tingkat sadar dan tidak sadar kapan pun mereka berkomunikasi dengan dirinya sendiri atau orang lain untuk

⁷ Andri Kurniawan dkk, *Teori Komunikasi Pembelajaran*, (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hal 60

⁸ Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal 57

tujuan mendefinisikan, mempetahankan, dan atau mengembangkan masalah sosial, psikologis, dan diri fisik.⁹

Komunikasi intapersonal sebenarnya lebih dari itu. Komunikasi ini juga melibatkan banyak penilaian akan perilaku orang lain. Selain membuat penilaian terhadap orang lain, komunikasi intrapersonal dapat dibedakan dari konteks lainnya karena komunikasi ini juga memberikan kesempatan bagi komunikator untuk menilai dirinya sendiri. Orang memiliki kemampuan untuk mengevaluasi dirinya sendiri.¹⁰ Menurut Effendy (2013) dalam buku “Ilmu Komunikasi”, ketika seseorang melakukan komunikasi intrapersonal dalam teori dan praktiknya akan mengalami empat hal, yaitu:¹¹

1. Sensasi

Sensasi dipengaruhi oleh faktor eksternal, situasi, pribadi, pengalaman, dan lingkungan budaya. Faktor internal dipengaruhi oleh interseptor dan proprioseptor. Faktor inilah mengapa seseorang merasakan cita rasa yang sama namun mereka memiliki pendapat yang berbeda-beda akan cita rasa yang dirasakan.¹² Menurut Knapp, ada dua faktor yang mempengaruhi komunikasi internal, yaitu rangsangan internal dan rangsangan eksternal.¹³

- a. Stimuli internal meliputi motivasi pribadi, sikap, dan keyakinan.
- b. Stimuli eksternal meliputi berbagai peristiwa, objek, dan orang-orang di luar individu. Seorang individu akan membentuk

⁹ Redi Panuju, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal 58

¹⁰ Maria Natalia, *Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3*, (Jakarta: Mc Graw Hill, 2008) hal, 34

¹¹ Andri Kurniawan dkk, *Teori Komunikasi Pembelajaran*, (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hal 61

¹² Armawati Arbi, *Komunikasi Intrapribadi*, (Jakarta:Kencana, 2019) hal, 321

¹³ Winda Ulfa, *Komunikasi Intrapersonal*, Vol.11, *Journal Analytica Islamica*, 2022, Hal 5

persepsi, perasaan, dan interpretasi makna dari kesan yang dibuat pada dirinya dan lingkungannya pada waktu tertentu. Stimuli tersebut kemudian ditangkap oleh organ sensor dan mengirimkannya ke otak. Proses ini disebut dengan resepsi.

2. Persepsi (*Perception*)

Persepsi dipengaruhi oleh perhatian, faktor fungsional, dan faktor struktural. Setiap manusia memiliki kerangka berpikir (*frame of reference*), terdiri dari sikap, kemauan, kebiasaan, kedekatan, pengalaman, dan kebutuhan. Faktor struktural membahas kesamaan, kedekatan, konteks masalah, dan lingkungan.¹⁴

3. Memori

Memori adalah seni memperhatikan. Cara memperhatikan melalui makna dan asosiasinya dalam setiap rangkaian kehidupan.¹⁵ Memori merupakan alat yang berfungsi merekam dan menangkap tentang penginderaan atau pengetahuan seseorang dan menggunakan kembali pengetahuan yang tersimpan untuk menuntun perilakunya.¹⁶

4. Berpikir

Berpikir adalah akumulasi dari proses sensasi, persepsi, dan memori yang dikeluarkan untuk mengambil keputusan. Selain itu berpikir juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*) dan menghasilkan

¹⁴ Armawati Arbi, *Komunikasi Intrapribadi*, (Jakarta:Kencana, 2019) hal, 321

¹⁵ *Ibid*, hal 321

¹⁶ Andri Kurniawan dkk, *Teori Komunikasi Pembelajaran*, (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hal 61

sesuatu yang baru.¹⁷ Berikut ini cara berpikir dalam komunikasi intrapersonal:

a. Berpikir deduktif

Cara berpikir dalam komunikasi intrapersonal yang pertama adalah berpikir deduktif. Berpikir deduktif adalah cara berpikir yang mengambil kesimpulannya dari dua pernyataan yang umum dari hal-hal yang khusus atau disebut juga dengan silogisme. Cara berpikir deduktif dinilai kurang efektif tetapi tetap bermanfaat untuk menjadi cara berpikir secara logika karena mengandalkan rumus yang sudah pasti.

b. Berpikir evaluatif

Kedua adalah cara berpikir evaluatif. Berpikir evaluatif adalah cara berpikir dengan menganalisis atau mengevaluasi suatu hal atau permasalahan dengan menilai sisi negatif dan sisi positifnya, baik dan buruknya serta mengevaluasi tepat atau tidaknya suatu gagasan.

c. Berpikir induktif

Berpikir induktif disebut juga sebagai berpikir secara ilmiah. Berpikir induktif adalah cara menyimpulkan suatu fenomena dengan menganalisis data-data yang diperoleh. Berpikir induktif ini bertolak belakang dengan berpikir deduktif, dimana pemikiran induktif mengambil kesimpulan dari pernyataan khusus menjadi pernyataan umum. Cara berpikir ini diawali dengan

¹⁷ *Ibid*, hal 62

pemikiran deduktif terlebih dahulu untuk mengetahui pernyataan mana yang tergolong sebagai pernyataan khusus dan pernyataan umum.

d. Berpikir realistik

Berpikir realistik merupakan cara berpikir dengan nalar dan menyesuaikan dalam dunia nyata. Berpikir dengan nalar yaitu dengan menggunakan logika. Berpikir dengan nalar merupakan kategori dari macam-macam berpikir yang ada diatas seperti berpikir induktif, berpikir deduktif, dan berpikir evaluatif. Cara berpikir realistik ini bersifat kritis.

Maka dalam hal ini telah diketahui bahwa komunikasi intrapersonal menjadikan seseorang untuk memberikan makna, memikirkan suatu masalah, mempertimbangkan, dan mengambil keputusan dengan melalui beberapa tahapan seperti sensasi yang dilakukan oleh pengindraan dalam mencium aroma rokok elektrik yang beraneka ragam. Selanjutnya persepsi hasil serapan panca indra yang sering menghirup atau mencium aroma dari asap rokok elektrik memunculkan faktor sosiopsikologis yaitu sikap, kebiasaan, dan kemauan. Mengenai hal itu sesuatu yang sudah tersimpan dalam memori akan mempengaruhi pemaknaan atau persepsi seseorang terhadap sesuatu diwaktu lain untuk mempertimbangkan dan memutuskan sesuatu. Dan yang terakhir yaitu menjadikan seseorang untuk berpikir yang melibatkan semua proses yaitu sensasi, persepsi, memori, dan yang terakhir berpikir. Dalam hal ini memahami realitas dalam rangka mengambil sebuah keputusan, memecahkan persoalan, dan menghasilkan keputusan dengan

berpikir evaluatif, berpikir secara kritis melalui menilai baik-buruknya sesuatu dan menilai menurut kriteria tertentu.

B. Komunikasi Adaptasi Interaksi

Teori adaptasi interaksi yang dihasilkan oleh Judee Burgoon. Dalam hal ini Judee Burgoon tertarik pada cara pandang orang dalam beradaptasi satu sama lain. Dalam penelitiannya bersama para peneliti lainnya menyadari bahwa teori ini tidak menjelaskan secara luas perilaku komunikasi dan fungsinya.¹⁸ Teori ini memiliki sembilan prinsip di dalamnya, dalam penelitian ini menggunakan teori adaptasi karena tren pengguna rokok elektrik dalam ranah kehidupan sosial merupakan suatu gaya hidup yang baru. Dan sesuai juga dengan prinsip ke empat teori adaptasi oleh Judee Burgoon mengatakan bahwa, tentang lingkup tatanan sosial yaitu individu akan cenderung untuk menemukan dan membalas perilaku yang diberikan orang lain. Hal ini terlihat dari segi kesopanan, dan norma.

Maka dari itu dalam teori adaptasi oleh Jude Burgoon pula menggambarkan bagaimana masyarakat akan menyikapi sebuah gaya hidup baru yaitu penggunaan rokok elektrik yang saat ini sedang tren. Dalam hal ini prinsip keempat berbicara tentang lingkup tatanan sosial yaitu individu akan cenderung untuk menemukan dan membalas perilaku yang diberikan orang lain. Hal ini terlibat dari segi kesopanan, norma, dan interaksi rutin.¹⁹ Selain itu sesuai dengan prinsip ke lima yaitu tentang timbal balik yang

¹⁸ Putri Anachrisye Nikijuluw, "*Pola Adaptasi Verbal dan Nonverbal Mahasiswa UKSW yang Berasal dari Luar Jawa*" (Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana, 2017), hal 9

¹⁹ Ibid

umumnya diberikan oleh satu individu dengan cara lain sebagai perilaku kompensasi (memaklumi).

C. Tren

Kata tren mungkin sudah sering kita dengar atau bahkan diucapkan, apalagi bagi orang yang sering menggeluti fenomena yang saat ini terjadi. Kata tren tidak terbatas hanya pada dunia modeling saja, namun bisa terjadi pada semua segi kehidupan. Tren adalah segala sesuatu yang menjadi pusat perhatian serta diikuti orang banyak. Tren tercipta melalui suatu proses, berikut proses terjadinya tren adanya ide kreatif dan inovatif dari seseorang atau sekelompok orang. Ide ini harus benar-benar baru atau bukan meniru yang sudah ada.²⁰

Tren adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut tren positif atau tren mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut tren negatif atau tren yang mempunyai kecenderungan menurun.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan tren penggunaan rokok elektrik oleh mahasiswa berjilbab di Kota Kediri merupakan mahasiswa dari beberapa Universitas dan Institut yang ada di Kota Kediri. Dari beberapa informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini terdapat beberapa mahasiswa berjilbab di Kota Kediri ini yang mengikuti tren penggunaan rokok elektrik tentang alasannya mengikuti tren ini alasannya cukup

²⁰ <https://goklatenjualango.blogspot.com/2012/12/arti-atau-pengertian-trendsetter-dan.html>

beragam. Seperti salah satu mahasiswa yang alasan mengikuti tren ini yaitu hanya penasaran dan coba-coba, namun pada akhirnya mahasiswa ini menjadi pengguna aktif rokok elektrik. Selanjutnya sebagian mahasiswa mengatakan bahwa alasan mengikuti tren rokok elektrik ini karena perkembangan mode dan ingin tetap terlihat *trendy* (bergaya modern).

D. Rokok Elektrik (*vape*)

Rokok elektrik (*e-cigartte*) adalah suatu alat yang termasuk kedalam salah satu tipe rokok yang diciptakan untuk mengubah nikotin menjadi asap bukan berbentuk rokok seperti rokok pada umumnya. *World Health Organization* (WHO) mengistilahkan rokok elektrik (*vape*) sebagai *Electronic Nicotine Delivery System* (ENDS) karena menghasilkan nikotin kedalam bentuk uap yang dihirup oleh penggunanya.²¹ Rokok elektrik atau lebih terkenal dengan nama *vaporizer* merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti rokok tembakau, karena rokok elektrik ini tidak mengandung tar dan karbonmonoksida yang terkandung di rokok tembakau, tetapi rokok elektrik tetap mengandung senyawa nikotin yang dosisnya sangat rendah.²² Komponen-komponen rokok elektrik (*vape*) diantaranya:

a. Driptip/drip

Driptip/drip merupakan bagian yang berada di ujung rokok elektrik (*vape*).

b. Liquid

²¹ Isnaeni Ruhianti, “*Penggunaan Rokok Elektrik Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto*”, (Purwokerto : Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2018) hal, 17

²² *ibid*

Cairan liquid adalah sebuah cairan yang terdiri dari beberapa bahan liquid seperti cairan air, cairan VG (vegetable Glycerin), cairan PG (Propylene Glycol), aroma perasa, dan nikotin.

c. Atomize

Atomize adalah bagian rokok elektrik (*vape*) yang memiliki fungsi untuk memanaskan liquid agar menjadi uap.

d. Mod

Mod merupakan bagian utama dari sebuah rokok elektrik (*vape*), fungsi utamanya adalah untuk menyimpan baterai.

e. Baterai

Baterai berfungsi sebagai sumber tenaga untuk menghasilkan listrik ke coil.

Adapun cara kerja rokok elektrik (*vape*) adalah dengan memanfaatkan kombinasi teknologi dan desain yang sederhana bagi perokok untuk menikmati rokok. Battery bekerja untuk menjalankan fungsi dari atomizer. Atomizer dimasukkan ke cartomizer sebagai wadah liquid. Lalu semua komponen disambungkan dan rokok elektrik (*vape*) dapat dinikmati. Ketika digunakan maka akan terjadi proses penguapan liquid yang ada pada cartomizer. Proses tersebut menghasilkan uap atau vapor cloud yang tebal, namun cepat hilang dan aromanya harum dengan aroma yang sesuai dengan liquid yang digunakan. Terdapat beberapa brand yang menggabungkan fungsi cartridge dan atomizer dalam satu cartomizer, kelebihan dari hal ini adalah pengguna tidak perlu waktu lama untuk membersihkan dan tidak perlu isi ulang lagi. Polyfoam yang mengelilingi kawat coil dimanfaatkan

sebagai pengontrol cairan yang dipanaskan sehingga cartridge lebih tahan lama.²³

Untuk cara menghisap rokok elektrik (*vape*) yang pertama kali kita lakukan adalah mengisi liquid dengan cara membuka ujung tank lalu diisi liquid hingga masuk ke dalam bagian rokok elektrik (*vape*). Kedua hubungkan tank dengan baterai rokok elektrik (*vape*). Nyalakan rokok elektrik (*vape*) dengan menekan tiga kali tombol pada stick dengan cepat. Untuk menghisap rokok elektrik (*vape*) tekanlah tombol sekali saja, lalu hisap uap yang dihasilkan.²⁴

Rokok elektrik yang sering digunakan oleh mahasiswa berjilbab di Kota Kediri ini adalah jenis pod karena aspek kemudahan penggunaan dan portabilitas berkat ukuran yang ringkas jika dibandingkan dengan tipe lainnya. Salah satu responden mengatakan bahwa menggunakan vape jenis pod ini karena tidak perlu mengganti kapas pada rokok elektrik (*vape*) ini.

E. Jilbab

Jilbab adalah bahasa Arab, berasal dari kata *jalaba* yang bermakna “menutup sesuatu dengan sesuatu yang lain sehingga tidak dapat dilihat”. Ulama berbeda pendapat tentang apa yang dimaksud dengan jilbab. Sebagian pendapat mengatakan jilbab itu mirip *rida*’ (sorban), sebagian lagi mendefinisikan dengan kerudung yang lebih besar dari *khimar*. Sebagian lagi mengartikan dengan *qina*’, yaitu penutup muka atau kerudung lebar. Muhammad Said Al-Asymawi, mantan hakim agung Mesir, menyimpulkan bahwa jilbab adalah gaun longgar yang menutupi seujur tubuh perempuan.

²³ Andi Putra, *Rokok Elektrik Pengganti Rokok Tembakau*, (Bandung : Kencana,2008) hal, 47

²⁴ *ibid*

Jilbab dalam Islam sangat erat kaitannya dengan masalah aurat dan soal hijab.²⁵

Terdapat empat dimensi dari jilbab, yaitu dimensi material, ruang, komunikatif, dan religius. Dalam buku ini, hanya tiga dimensi pertama yang digunakan sebagai pengertian jilbab. *Pertama*, dimensi material. Jilbab yang dimaksud adalah “kerudung”, yaitu pakaian yang digunakan perempuan muslim Indonesia untuk menutupi kepala, leher, dan sebagian dada tanpa menutupi muka. Batas bawah yang ditutupi adalah bagian kerah baju yang memperlihatkan leher dan dada, serta dengan pakaian yang hanya membuka tangan. *Kedua*, dimensi ruang. Jilbab adalah layar yang membagi ruang secara fisik. *Ketiga*, dimensi komunikatif (non-verbal) yang menekankan makna penyembunyian dan ketidaktampakkan (privasi). Dimensi *keempat*, yaitu dimensi religius, tidak termasuk dalam pengertian jilbab karena dianggap masih bersifat hipotesis dan karena itu perlu penelitian lebih lanjut.²⁶

Didalam Islam jilbab bukan hanya selembur kain yang digunakan oleh seorang wanita muslimah akan tetapi memberikan beberapa manfaat dan hikmah bagi yang menggunakannya. Berjilbab merupakan amalan soleh yang membuahkan pahala yang melimpah, perlindungan dan rahmat dari Allah SWT.²⁷ Jilbab adalah pakaian takwa. Allah berfirman, “Hai anak Adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk

²⁵ Juneman, *Psychology Of Fashion Fenomena Perempuan [Melepas] Jilbab*, (Yogyakarta : LKiSYogyakarta,2010) hal, X

²⁶ Juneman, *Psychology Of Fashion Fenomena Perempuan [Melepas] Jilbab*, (Yogyakarta : LKiSYogyakarta,2010) hal, 7

²⁷ Halim Setiawam, *Wanita, Jilbab & Akhlak*, (Sukabumi : CV Jejak,2019) hal, 52

menutupi auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik.” (QS. al-A’raf: 26)²⁸

²⁸ Nashir ibn Sulaiman al-‘umar, *Jilbab Itu Cahayamu*, (Mirqat,2007) hal, 8