

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Manusia merupakan individu yang dalam kehidupan sosialnya bersinggungan dengan aktivitas komunikasi antar manusia. Istilah komunikasi diambil dari bahasa latin *communis*, maknanya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berarti ‘membagi’ karena berakar dari kata *communico*. Komunikasi menurut Everett M Rogers (1985) dimaksudkan guna mengubah tingkah laku akibat adanya proses pengalihan ide oleh sumber kepada seorang atau lebih penerima.

Definisi komunikasi dalam lingkup studi komunikasi antarmanusia menurut kelompok sarjana komunikasi mengandung artian suatu transaksi dan proses simbolik yang memberi kuasa pada orang-orang untuk mengurus lingkungannya dengan membina hubungan antar individu lewat pertukaran informasi. Tujuannya ialah meneguhkan maupun mengubah tingkah laku dan sikap orang lain.¹ Proses pengalihan ide dalam komunikasi melibatkan sejumlah unsur yakni sumber, pesan, penerima pesan, media, efek, umpan balik atau feedback, lingkungan.² Pengertian komunikasi kemudian berkembang menjadi proses saling membentuk informasi maupun bertukar

¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 19-20.

² Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi Cet. 3*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 24-28.

informasi antara dua orang atau lebih untuk memperoleh pengertian yang mendalam.

Teori komunikasi yang merujuk pada pengertian secara mendalam ialah komunikasi interpersonal. Malcom R. Parks menyatakan bahwa komunikasi tersebut merupakan bentuk komunikasi yang diatur oleh norma relasional atau *relational norm*, dimana norma-norma hubungan dikembangkan dan dipelihara hanya pada hubungan yang dekat dan akrab.³ Komunikasi interpersonal menurut Trenholm Jensen merujuk pada komunikasi diadik antarmanusia.⁴ Komunikasi diadik hanya melibatkan dua individu yang berkomunikasi secara tatap muka. Komunikasi tatap muka antar satu pribadi dengan pribadi lainnya boleh tanpa melibatkan media komunikasi (komunikasi interpersonal sekunder) maupun melalui media komunikasi (komunikasi interpersonal primer) seperti surat dan telepon.⁵

Aktivitas komunikasi interpersonal menduduki frekuensi tertinggi dalam kehidupan sosial antar manusia. Partisipan dalam komunikasi interpersonal berperan secara fleksibel serta mengumpan balik atau merespon semaksimal mungkin. Peran partisipan yang dimaksud merujuk pada spontanitas (*instant feedback*) penerima pesan dalam menanggapi pesan verbal maupun nonverbal pengirim pesan. Sebagaimana pendapat Joseph A. DeVito bahwa komunikasi interpersonal adalah pengiriman pesan dari seseorang untuk diterima seorang

³ Muhammad Budyatna dan Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: Kencana, 2011), 14.

⁴ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 3.

⁵ *Ibid.*, 5.

yang lain maupun sekumpulan orang berjumlah kecil dengan kesempatan mengumpan balik secepatnya serta beragam efek yang ditimbulkan.⁶

2. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Suranto Aw dalam bukunya *Komunikasi Interpersonal*, mengemukakan beberapa ciri yang membangun komunikasi interpersonal, antara lain:⁷

a. Arus Pesan Dua Arah

Arus dua arah menjadi petunjuk pola penyebaran pesan, karena posisi sumber ditempatkan sejajar dengan posisi penerima pesan. Sumber maupun penerima bisa saling bertukar peran sebagai komunikator atau komunikan dengan segera, sehingga memungkinkan arus pesan dua arah terjadi berkelanjutan.

b. Suasana Informal

Suasana informal merupakan ciri khas komunikasi interpersonal karena sifat pertemanan menjadi pendekatan yang dilakukan antar individu. Percakapan intim dan forum komunikasi informal menjadi pilihan dalam komunikasi interpersonal.

c. Umpan Balik Segera

Umpan balik berupa pesan verbal maupun non verbal bisa segera diketahui oleh para pelaku komunikasi karena kedua belah pihak terlibat dalam pertemuan tatap muka selama berkomunikasi.

⁶ Ibid., 4.

⁷ Ibid., 14-16.

d. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat

Jarak peserta komunikasi saling berdekatan baik fisik maupun psikologis karena komunikasi interpersonal termasuk metode komunikasi antarindividu yang menuntut adanya kedekatan tersebut. Tujuannya ialah memperkuat keintiman secara psikologis yang ditunjang oleh kedekatan fisik antar individu dalam satu lokasi.

e. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan baik secara verbal maupun nonverbal.

Pengiriman maupun penerimaan pesan terjadi bersamaan dalam satu waktu sekaligus bersifat spontan memungkinkan para pelaku komunikasi dapat mengoptimalkan manfaat dan kekuatan pesan verbal maupun non verbal.

3. Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Menurut Judy C. Pearson, komunikasi interpersonal dibangun oleh sejumlah karakteristik, antara lain:⁸

- a. Penilaian mengenai lawan bicara maupun proses penafsiran pesan bersumber dari diri pribadi (*self*).
- b. Pertukaran pesan dilakukan berkelanjutan sehingga bersifat transaksional.
- c. Penentu efektivitas komunikasi interpersonal yakni aspek kualitas isi pesan dan kadar hubungan antar pihak.
- d. Kedekatan fisik antar pihak sebagai syarat komunikasi ini dimaksudkan agar komunikasi lebih efektif manakala bertatap muka.

⁸ Ibid., 16.

- e. Kedua belah pihak yang terlibat saling bergantung satu sama lain (interdependensi).
- f. Komunikasi interpersonal tidak bisa diulang atau pun diubah.

4. Komponen-Komponen Komunikasi Interpersonal

Komponen-komponen yang berperan saat terjadinya komunikasi interpersonal yakni sebagai berikut:⁹

a. Sumber

Sumber yakni orang yang berkebutuhan serta berkeinginan untuk menciptakan, memformulasikan dan menyampaikan pesan guna memperoleh pengakuan sosial maupun mempengaruhi sikap atau tingkah laku penerima pesan. Sumber disebut juga komunikator.

b. Encoding

Encoding yakni proses penciptaan pesan oleh komunikator melalui perumusan isi pikiran kedalam simbol verbal dan non verbal.

c. Pesan

Pesan yakni berupa seperangkat simbol verbal, non verbal maupun gabungan keduanya.

d. Saluran

Saluran yakni sarana fisik penyampaian pesan untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan, jika keduanya tidak berada di satu lokasi atau menemui hambatan berkomunikasi tanpa bantuan saluran media. Sebab pancaindra termasuk media dalam komunikasi interpersonal.

⁹ Ibid., 7-9.

e. Komunikasikan

Komunikasikan yakni penerima yang melakukan interpretasi dan menanggapi (umpan balik) terhadap pesan dari komunikator.

f. Decoding

Decoding yakni penginderaan dan penginterpretasian pesan dari komunikator dalam diri penerima pesan.

g. Respon

Respon yakni keputusan penerima dalam bentuk menanggapi pesan secara negatif, positif atau pun netral.

h. Noice

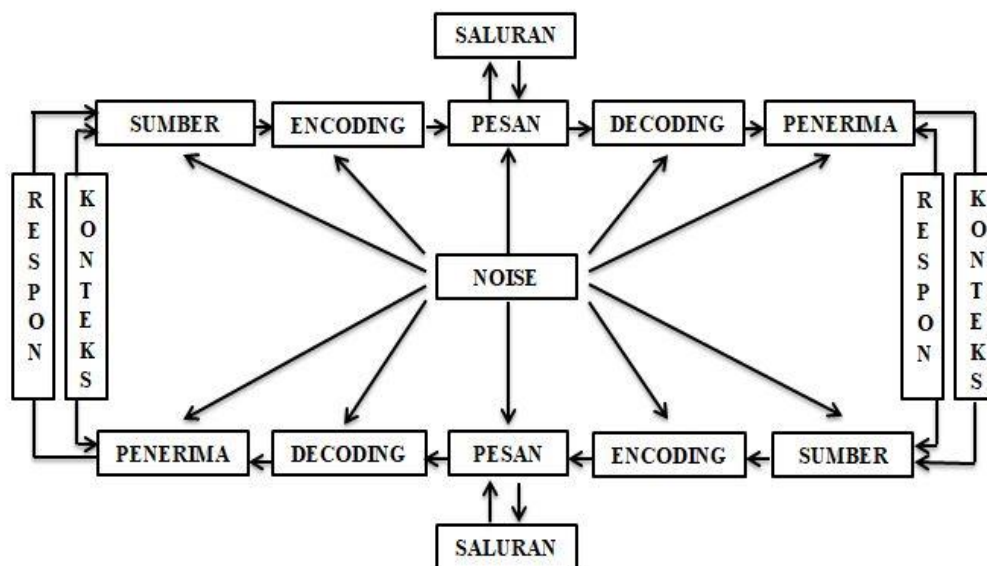
Noice atau gangguan yakni penghambat fisik maupun psikis dalam proses penyampaian maupun penerimaan pesan antara komunikator dan komunikan.

i. Konteks

Konteks yakni tempat atau wadah terjadinya komunikasi baik yang mendahului maupun menyertai perkataan sehingga mempengaruhi harapan dan makna yang diperoleh partisipan serta perilaku mereka selanjutnya. Konteks komunikasi terbagi atas waktu, ruang dan nilai yang meliputi: konteks jasmaniah, konteks sosial, konteks historis, konteks psikologis, dan keadaan kultural yang mengelilingi peristiwa komunikasi.¹⁰

¹⁰ Muhammad Budyatna dan Leila Mona Ganiem, Teori Komunikasi Antarpribadi, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2011), 18-19.

Komponen-komponen tersebut berperan secara integratif pada proses komunikasi interpersonal sehingga terbentuklah model komunikasi interpersonal.



Gambar 2. 1 Model Komunikasi Interpersonal

5. Bentuk-Bentuk Komunikasi Interpersonal

Hafied Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berfungsi untuk menaikkan taraf hubungan kemanusiaan dan menyelesaikan konflik antar pihak yang terlibat apabila hubungan dibina dengan baik.¹¹ Hafied Cangara dalam bukunya membedakan komunikasi antar pribadi berdasarkan sifatnya terbagi atas:

a. Komunikasi diadik

Komunikasi diadik hanya melibatkan dua orang. Komunikasi diadik menurut Pace terbagi dalam tiga bentuk, yakni percakapan dengan suasana cenderung informal dan bersahabat, dialog dengan suasana cenderung lebih

¹¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 81.

intim, dan wawancara dengan suasana cenderung lebih serius akibat pemosisian penanya dan penjawab.¹² Contoh komunikasi diadik adalah komunikasi pasutri, guru dengan murid, pimpinan dengan bawahan, dan sebagainya. Sifat hubungan antar individu dalam komunikasi diadik dikategorikan menjadi 2, yakni komunikasi diadik bersifat tertutup dan komunikasi diadik bersifat terbuka. Contoh komunikasi diadik bersifat tertutup ialah proses introgasi atau pemeriksaan. Sifat tertutup ditunjukkan oleh sikap alot pun berbelit-belit pihak yang diintrogasi dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pengintrogasi. Sedangkan dalam komunikasi diadik bersifat terbuka, contohnya dokter dan pasien, dimana dokter akan memberitahu penanganan kesehatan untuk pasien setelah pasien mengemukakan sejumlah keluhan yang diderita.¹³

b. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil melibatkan tiga orang atau lebih untuk terlibat dalam interaksi secara tatap muka selama berkomunikasi. Contoh keterlibatan tersebut ialah percakapan, pembicaraan, musyawarah, diskusi, dan sebagainya. Kelompok kecil bermakna bahwa kelompok tersebut beranggotakan sedikit dan saling mengenal satu sama lain dengan baik, dimana antar anggotanya mengkomunikasikan pesan bersifat unik.¹⁴

6. Komunikasi Interpersonal yang Efektif

Komunikasi interpersonal yang tidak efektif terjadi apabila hambatan-hambatan dalam komunikasi tidak diatasi dengan baik, akibatnya akan merusak

¹² Ibid, 32-33.

¹³ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 17.

¹⁴ Ibid., 19.

hubungan interpersonal. Sebagaimana pendapat Hardjana bahwa komunikasi interpersonal dinyatakan efektif jika penerima pesan sepaham dengan maksud pengirim pesan dan bertindak sukarela tanpa paksaan, sehingga hambatan dalam berkomunikasi teratasi dan kualitas hubungan interpersonal meningkat. Komunikasi interpersonal yang efektif akan memberi keuntungan pada kedua belah pihak sesuai dengan fungsinya untuk membentuk dan menjaga baik hubungan antar individu, menyampaikan pengetahuan atau informasi, mengubah sikap dan perilaku, pemecahan masalah hubungan antarmanusia, citra diri menjadi lebih baik, serta jalan menuju sukses.¹⁵

Seorang komunikator perlu menyesuaikan diri dengan keadaan komunikasi perihal pesan apa yang disampaikan dan bagaimana cara menyampaikannya. Penyesuaian ini berguna untuk mencegah terjadinya komunikasi yang tidak efektif karena berjalan satu arah dan bersifat arogan. Komunikator disebut handal apabila melakukan penyesuaian diri dengan baik. Komunikator yang handal membangun komunikasi berdasarkan perspektif *REACH* atau lima hukum pokok komunikasi yang efektif. *REACH* merupakan singkatan dari lima istilah yang digabung menjadi satu, antara lain:¹⁶ *respect* (sikap menghargai), *empathy* (empati), *audible* (kemampuan didengar dan dimengerti), *clarity* (sikap terbuka), *humble* (sikap rendah hati).

Sikap yang positif dibutuhkan guna mendukung efektivitas komunikasi interpersonal, karena rangsangan yang positif berpeluang lebih besar untuk

¹⁵ Ibid, 77-80.

¹⁶ Ibid, 80-82.

menimbulkan reaksi yang sesuai harapan. Menurut Joseph A. DeVito terdapat 5 sikap positif untuk mendukung komunikasi interpersonal, antara lain:¹⁷

- a. Keterbukaan (*openness*) berarti bahwa seseorang bersedia mengutarakan sesuatu informasi yang biasa ia sembunyikan, dengan catatan bahwa informasi tersebut tidak melanggar asas kepatutan.
- b. Empati (*empathy*) berarti bahwa seseorang menempatkan dirinya seolah-olah berada di posisi orang lain, entah perasaan maupun sudut pandang.
- c. Sikap mendukung (*supportiveness*) berarti bahwa tiap pihak saling berkomitmen untuk tidak melakukan interaksi secara tertutup.
- d. Sikap positif (*positiveness*) berarti bahwa tiap pihak menepis prasangka maupun curiga untuk mengutamakan perasaan dan pikiran yang positif.
- e. Kesetaraan (*equality*) berarti bahwa tiap pihak secara sadar mengakui dan rela untuk menyamakan kedudukannya.

7. Komunikasi Verbal dan Komunikasi Non Verbal

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi Verbal ialah informasi apapun yang untuk mengkomunikasikannya ucapan atau kata-kata. Unsur-unsur terpenting dalam komunikasi ini ialah bahasa dan kata-kata. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Agus M. Hadjana bahwa ungkapan berupa emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud dalam komunikasi verbal dibahasakan dengan kata-kata secara lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal juga

¹⁷ Ibid, 82-84.

dapat digunakan untuk menjelaskan informasi yang memuat fakta dan data, bertukar pemikiran, serta melakukan debat.¹⁸

b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi nonverbal ialah informasi maupun emosi apapun berupa isyarat non linguistik, sehingga untuk mengkomunikasikannya tidak memerlukan kata-kata. Verderber mencacah fungsi komunikasi non verbal menjadi 5, yakni melengkapi informasi, mengatur interaksi, mengekspresikan atau menyembunyikan emosi dan perasaan, menyajikan sebuah citra, serta memperlihatkan kekuasaan dan kendali.¹⁹ Berkomunikasi secara non verbal dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, yakni melalui mata, suara, sentuhan, tubuh, pakaian, daya tarik fisik, ruang, waktu, dan lingkungan.²⁰ Berbagai macam bentuk komunikasi non verbal dapat ditunjukkan dengan isyarat: bersalaman, berpelukan, tersenyum, dan sebagainya.

B. “Mbok Jamu Segar”

1. Pengertian “Mbok Jamu Segar”

Jamu menurut catatan sejarah diramu dari tumbuh-tumbuhan dan pertama kali dibuat oleh Wiku atau dukun, kemudian dijajakan dengan cara dipikul pria dan digendhong oleh wanita dengan berkeliling dari satu tempat ke

¹⁸ Agus M. Hardjana, *Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), 23.

¹⁹ Muhammad Budyatna dan Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: Kencana, 2011), 115-119.

²⁰ *Ibid.*, 111.

tempat lain.²¹ Mbok Jamu merupakan profesi yang ambil peran sebagai benang merah perkembangan jamu di Indonesia karena sudah ada sejak Kerajaan Mataram Islam. Penjaja jamu keliling semakin populer di masyarakat saat memasuki tahun 1900-an. Peran Mbok Jamu di Indonesia terbagi dalam berbagai aspek, sebagaimana dikutip oleh Berliana Siregar.²² Mbok Jamu berlaku sebagai pelaku *marketing* ditinjau dari aspek ekonomi, yakni pemasar produk jamu kemasan produksi produsen jamu besar maupun industri rumah tangga sekaligus pemasar jamu segar produksi pribadi. Mbok Jamu berlaku sebagai pelaksana kesehatan sebagaimana fungsional tenaga kesehatan ditinjau dari aspek kesehatan, yakni konselor dalam merekomendasikan jenis jamu berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Mbok Jamu menjelma dalam karakteristik tradisi minum jamu yang membudaya di kalangan para konsumennya ditinjau dari aspek sosial budaya, yakni menjadikan jamu khas dan unik dibandingkan industri lain berdasarkan proses mengomposisikan bahan, mengelola, sampai dengan menjual ke tangan konsumen.

Representasi kata “Mbok” merujuk pada bahasa jawa yakni wanita etnis jawa berusia dewasa. Identitas Mbok jamu dalam budaya populer jawa dapat dikenali dari setelan pakaian beserta produk jamu yang khasiatnya mempresentasikan kebutuhan konsumsi sehari-hari pada Masyarakat Jawa. Wanita usia muda sampai dewasa menggambarkan dinamika sosok Mbok Jamu. Wanita berbusana muslimah jawa maupun busana khas jawa tradisional

²¹ Indra Fibiona dan Siska Nurazizah Lestari, “Rivalitas Jamu Jawa dan Obat Tradisional Cina Abad XIX - Awal Abad XX”, *Patrawidya*, 4 (Desember, 2015), 489.

²² Berliana Siregar, “Lestariilah Jamuku, Sejahteralah Mbok Jamu”, Kompasiana on line, <https://www.sosbud.kompasiana.com/2013/07/28/lestariilah-jamukusejahteralah-mbok-jamu-577286.html>, diakses tanggal 09 Juni 2021.

menggambarkan dinamika tampilannya, adapun yang beradaptasi dengan atribut jamu modern dan tampilan modern.²³ “Mbok Jamu Segar” yang dimaksud dalam penelitian ini ialah sebutan bagi Mbok Jamu yang menjajakan jamu segar siap minum dengan racikan sesuai tradisi yang disebut jamu gendong. Istilah jamu gendong bercermin pada pola penjualan khas Mbok Jamu yakni menggendong bakul berisi jamu segar, yang pada masa modern ini beralih mengandalkan moda transportasi sepeda onthel maupun motor.

2. Pengertian Jamu Segar

Jamu berasal dari bahasa Jawa, yakni kata djampi dan oesodo. Djampi berarti penyembuhan yang menggunakan ramuan obat-obatan atau doa-doa atau aji-aji, sedangkan usodo berarti kesehatan. Jamu digunakan untuk pemeliharaan kesehatan, pencegahan penyakit, pengobatan penyakit, pemulihan kesehatan, kebugaran, dan kecantikan.²⁴ Jamu dibuat dari bahan-bahan alami, berupa bagian dari tumbuhan seperti buah, rimpang (akar-akaran), daun-daunan dan kulit batang. Resep jamu sebagai pengobatan tradisional merujuk pada data empiris generasi terdahulu.

Jamu segar adalah ramuan tradisional berbentuk cairan, berbahan tumbuhan obat dan diolah secara sederhana. Masa awetnya singkat sebatas sehari dalam suhu luar ruang dan maksimal 2-3 hari di dalam lemari pendingin sehingga dianjurkan untuk segera dikonsumsi. Pola penyajian jamu segar berkembang menyesuaikan *trend* dan kebutuhan konsumen yang beregenerasi,

²³ I Made Marthana Yusa, “*Imagologi Mbok Jamu Sebagai Representasi Wanita Etnis Jawa Tradisional dalam Diskursus Stereotype Citra*”, *Jurnal Studi Kultural*, 1 (2016), 2-5.

²⁴ Pusat Penelitian Dan Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri. *Kajian Potensi Pengembangan Pasar Jamu* (Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2009), 8.

sehingga kecenderungan konsumen terhadap penyajian tertentu selalu berubah-ubah. Konsumsi sajian jamu segar dapat divariasikan dengan campuran anggur jamu, kuning telur, madu maupun produk jamu bungkusan (jamu instan berbentuk serbuk).²⁵

3. Jenis-Jenis Jamu Segar

Jamu sebagai warisan budaya bangsa Indonesia sejak ratusan tahun yang lalu telah dimanfaatkan sejak masa janin hingga masa tua. Tri Budi Rahardjo dan Ernie Hernawati Purwaningsih dalam Buku *The Power of Jamu: Kekayaan dan Kearifan Lokal* menyatakan komposisi jamu warisan leluhur tersebut mengandung bahan-bahan alami selaras dengan kebutuhan manusia di tiap siklus hidupnya, beserta masalah-masalah yang timbul akibat terjadinya perubahan. Siklus hidup ini dimulai dari bayi dan anak, selanjutnya mengalami proses menjadi remaja, dewasa, setelah melahirkan dan usia senja.²⁶ Jamu segar memiliki bermacam-macam jenis. Namun, hanya 8 jenis yang dimaknai sebagai Tri wilwatikta kerajaan Majapahit yakni:²⁷

a. Jamu Kunyit Asam

Kunyit asam merupakan simbolisasi kehidupan baru yang terlahir. Jamu ini mengandung kurkumin dan bercita rasa asam manis yang diramu dari rimpang kunyit, buah asam jawa, gula kelapa, air dengan atau tanpa

²⁵ Direktorat Jendral Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan, *Pembuatan Jamu Segar yang Baik dan Benar* (Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2015), 4.

²⁶ Martha Tilaar dan Bernard T. Widjaja, *The Power of Jamu: Kekayaan dan Kearifan Lokal Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 102-103.

²⁷ Cennywati, dkk, “‘The Jamu Herbs Illustration Card’ Konservasi Budaya Kesehatan Masyarakat Indonesia dengan Medium Ilustrasi Augmented Reality”, *Ultimart Jurnal Komunikasi Visua*, 2 (2019), 67.

penambahan sari jeruk nipis dan ekstrak daun sirih²⁸. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah menurunkan nyeri haid dan meremajakan kulit.

b. Jamu Beras Kencur

Beras kencur merupakan simbolisasi masa remaja dimana manusia mulai memiliki sikap egoisme dan baru sedikit mencicipi kehidupan yang sebenarnya. Jamu ini mengandung antioksidan tinggi dan bercita rasa manis yang diramu dari ekstrak kencur, beras, ekstrak jahe, ekstrak asam serta tambahan bahan lain. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah mengontrol berat badan, menambah nafsu makan, menghilangkan pegal linu, meningkatkan stamina, mengurangi resiko diabetes, dan pengontrol berat badan.

c. Jamu Cabe Puyang

Cabe Puyang simbolisasi masa dimana manusia sudah mulai harus menata diri dan bertanggung jawab dengan apa yang diucapkan. Jamu ini mengandung zat besi²⁹ dan bercita rasa yang diramu dari cabe jamu, puyang serta tambahan bahan lain. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah menghilangkan pegal-pegal karena kecapekan maupun sakit pinggang.

d. Jamu Pahitan

Pahitan simbolisasi masa kepahitan hidup harus tetap ditelan atau dijalani. Jamu ini bercita rasa pahit yang diramu dari daun sambiloto serta tambahan bahan lain. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah mengatasi

²⁸ Nur Arifah Qurota A'yunin, et. al. "Kajian Kualitas dan Aktivitas Antioksidan Berbagai Formula Minuman Jamu Kunyit Asam", *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 1 (Maret, 2019), 37.

²⁹ Retno Sri Wahyuni dan Anisa Nur Jatsiah. *Jenis-Jenis Jamu di Kelurahan Wonolopo*, (Yogyakarta: Diva Press, 2019), 21.

pegal-pegal, menyembuhkan penyakit gatal, menambah nafsu makan, menyembuhkan resiko diabetes, terapi cuci darah, anti alergi, mengatasi influenza, infeksi saluran kemih, dan keputihan.³⁰

e. Jamu Kunci Sirih

Kunci sirih simbolisasi masa kehidupan dirasa landai sebab telah berpasangan dan mendapati resolusi hidup. Jamu ini mengandung senyawa aktif dan bercita rasa asam yang diramu dari rimpang kunci dan daun sirih serta tambahan bahan lain. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah mengobati keputihan, untuk organ intim wanita (vagina), menghilangkan bau badan, mengecilkan rahim dan perut, dan menguatkan gigi.³¹

f. Jamu Kudu Laos

Kudu Laos simbolisasi masa berkeluarga yang erat berkat suasana hangat. Jamu ini bercita rasa yang diramu mengkudu dan laos (lengkuas) dari serta tambahan bahan lain. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah untuk melancarkan sirkulasi peredaran darah dalam tubuh, dapat menyembuhkan sakit perut, menambah selera makan, melancarkan datang bulan atau haid, dan menurunkan tekanan darah tinggi.³²

g. Jamu Gepyokan

Gepyokan simbolisasi masa pengabdian diri dengan sifat rehabilitative dan netral. Jamu ini bercita rasa manis yang diramu dari dari kencur, kunyit,

³⁰ Adriyan Sikumalay, et. al., “Efek Antibakteri dari Rebusan Daun Sambiloto (*Andrographis paniculata* Nees) dan Produk Herbal Sambiloto Terhadap *Staphylococcus Aureus*”, *Jurnal Kesehatan Andalas*, 1 (2016), 198.

³¹ Della Zakiyah Awaliyah, et. al., “Profil Fitokimia pada Jamu Kunci-Sirih (*Boesenbergia pandurata*- Piper betle)”, *E-Jurnal Ilmiah Biosaintropis*, 1 (Agustus, 2018), 8.

³² Hashena Varadibbah, et. al., “Uji Kandungan Senyawa Aktif pada Kombinasi Kudu Laos (*Morinda citrifolia* dan *Alpinia galanga*)”, *E-Jurnal Ilmiah Biosaintropis*, 2 (Oktober, 2017), 45.

luntas atau beluntas, kunci, jahe, bengle, laos, kunir, temulawak, lempuyang, simbukan, cowekan atau pegagan, dan temugiring serta tambahan bahan lain. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah meningkatkan produksi ASI³³, menghilangkan bau badan dan juga bisa mengatasi rasa kembung.

h. Jamu Sinom

Sinom simbolisasi masa meninggal, moksa atau tidur dari rangkaian kata sirep tanpa nama. Jamu ini mengandung senyawa antioksidan dan antiseptik bercita rasa manis yang diramu dari sinom dan daun asam muda serta tambahan bahan lain. Khasiatnya bagi kesehatan tubuh ialah terhindar dari ancaman penyakit baik dari bakteri maupun virus dan mengatasi gejala demam.³⁴

C. Pola Konsumsi

Pola mengacu pada pengertian bentuk (struktur) yang tetap, sedangkan konsumsi merupakan pengeluaran untuk pemakaian barang dan jasa hasil produksi oleh individu atau kelompok guna memenuhi kebutuhan. Pola konsumsi dimaknai sebagai suatu susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi berdasarkan pendapatan dalam kurun waktu tertentu. Menurut Moehadi (1981) pola konsumsi diartikan sebagai tanggapan aktif yang diberikan manusia terhadap lingkungan baik alam maupun sosial yang berhubungan dengan kebudayaan suatu masyarakat, dimana tanggapan aktif

³³ Fitria Rizky Kurniawati, "Hubungan Mengonsumsi Obat Herbal (Jamu Gepyok) Dengan Produksi Asi Di Bps Ds. Ngumpakdalem Kec. Dander Kabupaten Bojonegoro Tahun 2017", *Journal Health of Science*, 1 (Februari, 2019), 56..

³⁴ Nunuk Hariyati, "Sinom Fresh Herbal Drink Minuman Sehat Bagi Masyarakat Terdampak Pandemic Covid 19", *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 (Januari, 2021), 45.

tersebut dapat berbentuk pemenuhan primer dan sekunder.³⁵ Pola konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh sejumlah faktor yakni besar-kecilnya pendapatan masyarakat, perbedaan-persamaan selera konsumen, naik-turunnya harga barang, tinggi-rendahnya pendidikan masyarakat, sedikit-banyaknya jumlah keluarga, dan lingkungan.

Konsumsi termasuk ke dalam bentuk pengeluaran rumah tangga. Peningkatan pendapatan rumah tangga secara umum cenderung akan mengubah pola konsumsi, khususnya jika dilihat dari pola konsumsi pangan dan nonpangan baik di perkotaan ataupun pedesaan. Menurut Mankiw konsumsi adalah barang atau jasa yang dibeli oleh rumah tangga konsumsi terdiri dari barang tidak tahan lama (*non durable goods*), barang tahan lama (*durable goods*), dan jasa (*services*). Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pengeluaran rumah tangga dibedakan atas pengeluaran konsumsi makanan dan pengeluaran konsumsi non makanan. Dari pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa pola konsumsi termasuk diferensiasi dari pola pengeluaran. Di Indonesia pengeluaran rata-rata perkapita sebulan suatu wilayah baik pengeluaran untuk makanan maupun non makanan dapat diprediksi melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) berdasarkan pengumpulan data sosial dan ekonomi oleh BPS.³⁶

D. Masyarakat

Abu Ahmadi dalam bukunya *Ilmu Sosial Dasar* membedakan makna masyarakat secara luas dan sempit. Masyarakat dalam arti luas dimaknai sebagai

³⁵ Wan Maharani S. S. dan Arif Darmawan, "Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Batam Berdasarkan Penggunaan E-Money Berbasis Aplikasi", *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2 (Desember 2020), 251.

³⁶ BPS Kota Kediri, *Kota Kediri dalam Angka: Kediri Municipality in Figures*, (Kediri: BPS Kota Kediri, 2020), 323.

kebulatan dari keseluruhan hubungan dalam hidup bermasyarakat yang meniadakan batas lingkungan, bangsa, dan sebagainya. Sedangkan dalam makna sempit terdapat batasan aspek-aspek tertentu yang mengelompokkan manusia tersebut, seperti: teritorial, bangsa, golongan dan sebagainya.³⁷ Berangkat dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa sesuatu dapat disebut masyarakat apabila terdapat kumpulan manusia berjumlah banyak yang telah lama bermukim di daerah tertentu dan dinaungi peraturan maupun undang-undang sebagai pedoman menuju kepentingan bersama.

³⁷ Abu Ahmadi, *Ilmu Sosial Dasar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997), 107.