

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Definisi Komunikasi Massa (ganti konsep media baru) belum edit

Komunikasi Massa (*Mass Communication*) merupakan proses penyampaian pesan, informasi, gagasan, kepada orang banyak (publik) yang di komunikasikan lewat media massa (radio, televisi, surat kabar, dan film) dan diterima secara serentak (Cangara, 2002:36). Menurut

John R. Bittner (Cangara, 2002:36), “Komunikasi Massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”. Sedangkan menurut George Gebner (Nurudin, 2013:15), “Komunikasi Massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus yang berkesinambungan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri”.

Dengan demikian komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media massa modern seperti televisi, radio, media cetak, internet dan sebagainya kepada khalayak (publik) yang sifatnya massal.

Adapun fungsi komunikasi massa (Nurudin, 2013:15), yaitu :

1. Menyampaikan Informasi (*to inform*)

Fungsi komunikasi massa yang paling penting adalah sebagai informasi yang disajikan dengan Fakta-fakta yang akurat dilapangan, dimana berita atau informasi tersebut biasanya mengandung unsur 5W+1H (*What, Where, Who, When, Why, + How*). Komunikasi massa haruslah menjadi sebuah media informasi yang dapat dipercaya, dan tidak memuat informasi yang masih diragukan kebenarannya.

2. Mendidik (*to educate*)

Pendidikan bukan hanya didapat melalui sebuah sekolah formal saja, tapi juga bisa menggunakan komunikasi massa. Pendidikan yang disampaikan melalui media sosial

atau sebagai komunikasi massa biasanya cenderung lebih diminati oleh kalangan muda. Selain itu pendidikan pada komunikasi massa juga mengandung unsur – unsur kebudayaan daerah yang dibuat dan dirangkum dengan sangat menarik.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi massa juga berfungsi sebagai hiburan masyarakat melalui berita, informasi ataupun hal-hal lainnya yang diberitakan atau dimuat melalui media massa. Biasanya berita ini mengandung unsur kelucuan, humor dan cerita – cerita jenaka lainnya dengan tujuan menghibur setiap pembaca atau pendengarnya.

4. Pengawasan Sosial (*social control*)

Komunikasi massa juga berfungsi sebagai pengawasan sosiali kepada masyarakat. Pengawasan sosial yang dilakukan oleh komunikasi massa bertujuan untuk memperkenalkan kegiatan yang sedang berlangsung, akan berlangsung, ataupun sudah berlangsung yang akan dimuat dan disampaikan sebagai sebuah komunikasi massa.

2.1.1 Komunikasi Melalui *Computer Mediated Communication*

Salah satu cara berkomunikasi melalui medium atau yang disebut *Computer Mediated Communication* (CMC) merupakan sebuah pengalaman interaksi secara online, dimana tingkah laku manusia dan pertukaran pesan-pesan atau informasi yang disampaikan dimediasi melalui mesin. "Dalam berkomunikasi melalui medium internet ini sama sekali tidak menampilkan komunikasi nonverbal, konteks fisik seperti ekspresi wajah, nada bicara, jarak antar persona, posisi tubuh, penampilan, gesture, sentuhan dan penciuman". Tidak adanya konteks fisik dalam komunikasi melalui medium internet ini tidak akan berakibat fatal atau bahkan mempengaruhi "pembangunan kesan" ketika seseorang berkomunikasi di internet, dikarenakan dua hal, yaitu:

1. Tanda verbal, yaitu ketika seseorang termotivasi untuk membentuk sebuah kesan dan membangun hubungan di dunia maya, komunikator memanfaatkan segala sistem yang tersedia dalam medium internet untuk menyampaikan pesan atau perasaannya.
2. Memperpanjang waktu, yaitu pertukaran informasi sosial melalui CMC lebih lambat daripada *face to face*, sehingga kesan-kesan yang terbentuk menjadi berkurang (Nasrullah, 2012 : 94).

2.1.2 Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* yang mendukung adanya interaksi sosial yang menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah suatu komunikasi ke dalam dialog interaktif atau sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi *web* yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *usergenerated content* (Nasrullah, 2012:11).

Media sosial digunakan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran sosial media yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar *facebook*, *twitter*, dan *instagram* (Dailey, 2009 : 3).

Menurut Chris Brogan Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa (Nasrullah, 2012:11). Sedangkan menurut Michael Cross Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web (Nurudin, 2012:5).

Dengan demikian media sosial merupakan media *online* (*facebook*, *twitter*, dan *instagram*) dimana pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara nyata.

2.1.3 Jenis Media Sosial

Saat ini ada tujuh jenis sosial media, namun inovasi dan perubahan terus terjadi.

Media sosial yang ada saat ini yaitu :

- Jejaring sosial seperti *instagram*, *facebook*, *myspace* dan *bebo*. Situs ini memungkinkan orang untuk membantu halaman *web* pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi konten komunikasi.
- *Blog*, merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal *online* dengan pemuatan tulisan terbaik, yaitu tulisan terbaru ada di halaman terdepan.
- *Wiki* seperti *Wikipedia* dan ensiklopedia *onlinewebsite*. *Wiki* memperoleh siapa saja untuk mengisi atau mengedit informasi didalamnya, bertindak sebagai sebuah dokumen atau database komunal.
- Forum, area untuk diskusi *online*, seputar topik dan minat tertentu. Forum sudah ada sebelum media sosial dan menjadi komunitas *online* yang kuat dan populer.
- *Microblogging*, situs jejaring sosial dikombinasikan *blog*, dimana sejumlah kecil konten (*update*) didistribusikan secara *online* dan melalui jaringan *mobile phone* (Nasrullah, 2016:16).

2.1.4 Jejaring Sosial Instagram

Situs jejaring sosial merupakan layanan berbasis *web* yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi-umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem

tersebut. Situs jejaring sosial dianggap sebagai ekstensi diri di dunia maya dan hubungan-hubungan yang ada di dalamnya juga merupakan ekstensi dari hubungan-hubungan yang benar-benar ada. Hal ini, didukung dalam penelitian yang dilakukan Lampe *et.al* yang menemukan bahwa alasan penggunaan situs jejaring sosial adalah untuk mencari orang-orang yang mereka kenal dan berinteraksi dengan teman-teman tersebut, dan bukan untuk mencari teman-teman baru (Puntoadi, 2011: 2).

Instagram adalah media yang memberikan kemudahan cara berbagi foto-foto, video secara *online* dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. *Instagram* berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn, Inc. merupakan sebuah teknologi *startup* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 *mobile* (*hyper text markup language5*), namun kedua CEO (*Chief Executive Officer*), Kevin Systrom dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi awal mulai munculnya media sosial *instagram* (Budiargo, Dian. 2015 : 48).

2.1.5 Fitur-Fitur Instagram

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, beberapa fitur utama *instagram* antara lain:

- *Followers* (Pengikut)

Pengikut menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah postingan tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

- *Upload Foto (Mengunggah Foto)*

Kegunaan utama dari *instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.

- *Keterangan Foto*

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah kedalam *instagram* sendiri ataupun ke jejaring sosial lainnya yang di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan keterangan foto dan menambahkan lokasi foto tersebut.

- Tanda suka (*like*)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan *facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto didalam *instagram*, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

- *Popular (Explore)*

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto

tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak.

2.2 Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya, istilah persepsi merupakan istilah dari Bahasa *Inggris* yakni dari kata *perception* yang berarti penglihatan, keyakinan dapat melihat atau mengerti (Fauzi, 2004:23). Persepsi adalah proses kategorisasi. Organisme untuk masukan tertentu (objek-objek di luar, peristiwa dan lain-lain), dan organisme itu berespon dengan menghubungkan masukan itu dengan salah satu kategori (golongan) objek-objek atau peristiwa. Proses menghubungkan ini adalah proses aktif dimana individu yang bersangkutan dengan sengaja mencari kategorisasi yang tepat, sehingga dapat mengenali atau memberi arti kepada masukan tersebut. Dengan demikian persepsi juga bersifat *inferensial* (mengambil kesimpulan).

Menurut Slameto menyatakan persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan dan informasi di dalam otak manusia. Informasi dan pesan yang diterima tersebut muncul dalam bentuk stimulus yang merangsang otak untuk mengolah lebih lanjut yang kemudian mempengaruhi seseorang dalam berperilaku (Fauzi, 2004:24). Sedangkan menurut Desiderato persepsi adalah pengamatan tentang objek-objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Fauzi, 2004:25).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa pada dasarnya persepsi merupakan suatu pengamatan individu atau proses pemberian makna sebagai hasil pengamatan tentang suatu objek, peristiwa, dan sebagainya melalui panca inderanya yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan sehingga seseorang dapat memberikan tanggapan mengenai baik buruknya atau positif negatifnya hal tersebut.

2.2.1 Persepsi Positif dan Persepsi Negatif

Menurut “(Robbins 2002 : 14)” bahwa persepsi positif merupakan penilaian individu terhadap suatu objek atau informasi dengan pandangan yang positif atau sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Sedangkan, persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau aturan yang ada, penyebab munculnya persepsi negatif seseorang dapat muncul karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya ketidak tahuan individu serta tidak adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan dan sebaliknya, penyebab munculnya persepsi positif karena adanya kepuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya pengetahuan individu terhadap objek yang dipersepsikan.

2.2.2 Proses Pembentukan Persepsi

Manusia hidup sekaligus berinteraksi dengan lingkungannya, dengan demikian manusia tanggap terhadap rangsangan yang datang dari lingkungan. Salah satu bentuk dari tanggapan itu adalah berupa proses pemberian arti atau penafsiran terhadap berbagai objek yang ada. Proses pemberian arti tersebut dinamakan persepsi. Persepsi pada dasarnya hanya akan terjadi apabila individu menerima rangsangan dari luar dirinya, sehingga persepsi akan timbul setelah adanya pengamatan terhadap objek (Sobur, Alex. 2010 : 45).

Setiap individu mempunyai kecenderungan untuk selalu memberikan makna terhadap rangsangan yang diterimanya dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya, yang kemudian individu tersebut memberikan tanggapan terhadap rangsangan yang diterimanya itu. Kemampuan individu dalam memberikan respon terhadap rangsangan yang diterimanya itu

disebut kemampuan mempersepsi. Persepsi adalah proses penerimaan, penafsiran dan pemberian arti terhadap perangsang yang diterima individu melalui alat indera.

Sementara Mc Croskey dan Whelness menyebutkan ada empat tahapan persepsi (Rakhmat, 2007 : 25) yaitu :

- Penerimaan pesan atau informasi dari luar
- Memberikan kode pada informasi yang di indera
- Menginterpretasikan informasi yang telah diberikan kode tersebut
- Menyimpulkan arti dalam ingatan

Dalam proses terjadinya persepsi individu tidak hanya menerima satu stimulus saja, tetapi individu menerima bermacam-macam stimulus yang datang dari lingkungan, tetapi tidak semua stimulus akan diperhatikan atau akan diberi respon. Individu mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, dan disini berperannya perhatian. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilihnya dan diterima oleh individu, individu menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut.

Faktor pengalaman dan proses belajar atau sosialisasi memberikan bentuk serta struktur terhadap apa yang dilihat. Sedangkan pengetahuan dan cakrawala memberikan arti terhadap objek psikologi tersebut. Melalui komponen kognisi akan timbul ide, kemudian konsep mengenai apa yang dilihat. Kemudian berdasarkan norma yang dimiliki pribadi seseorang, akan terjadi keyakinan yang berbeda terhadap objek tertentu.

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seseorang tidak akan timbul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor baik yang bersifat internal maupun yang bersifat eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berkenaan dengan keberadaan individu yang bersangkutan, sedangkan faktor

eksternal adalah faktor pengaruh yang diakibatkan oleh keberadaan rangsangan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut :

1. Faktor yang bersifat fungsional di antaranya kebutuhan, pengalaman, motivasi, perhatian, emosi dan suasana hati
2. Faktor yang bersifat struktural diantaranya intensitas rangsangan, ukuran rangsangan, perubahan rangsangan dan pertentangan rangsangan
3. Faktor kultural atau kebudayaan yaitu norma-norma yang dianut individu

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi dipengaruhi oleh faktor rangsangan yang datang dari objek maupun peristiwa dan faktor individu yang bersangkutan dengan karakteristiknya. Oleh karena itu dapat diasumsikan bahwa persepsi membuat individu akan menyimpulkan pendapat dan kesan berupa senang atau tidak senangnya, baik ataupun buruk dan adanya kesiapan untuk menerima ataupun menolak rangsangan yang diterimanya. Sedangkan faktor-faktor penyebab kesalahan dalam persepsi adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang kurang cukup, faktor ini merupakan penyebab utama dalam kesalahan menafsirkan pesan.
2. *Stereotype*, yaitu merupakan tanggapan atau pelabelan mengenai sifat-sifat objek yang dikelompokkan pada konsep-konseptertentu.
3. Kesalahan dalam logika, dalam kehidupan sehari-hari setiap individu mempunyai pandangan umum terhadap suatu objek. Misalnya apabila seseorang memperlihatkan sifat-sifat serius, tidak pernah humor, kemudian individu lainnya beranggapan bahwa orang tersebut bersifat angkuh, maka hal ini akan menjadi salah satu penyebab kesalahan persepsi.

4. *Hallo effect dan devil effect*, yaitu penilaian seseorang berdasarkan pendapat pribadi yang dilakukan secara sepintas atau singkat dan dipengaruhi oleh penampilan pertama atau kesan pertama yang melekat pada orang yang dinilai (Suharman, 2005 : 34).

2.3 Khalayak

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, khalayak diartikan sebagai kelompok tertentu di masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Khalayak merujuk pada kajian penyiaran awal dan akses terhadap informasi (Ross, K. & Nightingale, V. 2003 : 4).

Khalayak seringkali digunakan untuk menandakan masyarakat, baik dalam grup maupun secara individual. Pemakaiannya juga merujuk pada khalayak atau massa yang mengakses informasi di media. Menjadi khalayak tentu menjadi bagian dari kegiatan media di mana seseorang terikat dengan informasi yang termediasi. Kegiatan media disini bisa dimaknai sebagai proses menghimpun, memproduksi, sampai mendistribusikan informasi. Dalam tradisi ilmu komunikasi, terutama komunikasi massa, kata khalayak atau *audiences* cenderung dilekatkan kepada individu yang dengan kesadarannya memilih pesan termasuk medianya (Nasrullah, 2015 : 85).

2.3.1 Khalayak Dalam Media Sosial

Perkembangan konten maupun program di media tradisional kekinian tidak lagi sekedar menempatkan khalayak sebagai objek. Khalayak telah dilibatkan dan menjadi bagian dari produksi sampai pada penyebaran konten atau disebut dengan *audiences participation*. Akan tetapi, keterlibatan khalayak ini tidak berarti khalayak memiliki kekuasaan penuh dalam

memproduksi konten. Khalayak tetap berada di lingkaran luar institusi media dan tidak semua konten dapat melibatkan khalayak.

Munculnya media sosial memberikan arah baru terhadap pendefinisian ulang hubungan khalayak dengan media. Karakter media sosial yang interaktif, terbuka dalam mengkreasikan konten, sampai pada jaringan yang luas memberikan semacam peneguhan bahwa hubungan tersebut bagaikan dua sisi mata uang. Pada satu sisi, media secara institusi menyediakan perangkat dan aplikasi yang bisa diatur di internet sedangkan di lain sisi khalayak yang sepenuhnya menciptakan konten serta memanfaatkan perangkat media sosial dengan kebutuhannya sendiri.

Khalayak tidak lagi pasif, tidak tersentral dan tidak terisolasi tetapi aktif dalam memproduksi konten dan pada saat bersamaan mereka pula yang mendistribusikan konten tersebut juga menjadi konsumen. Perputaran antara konsumen-produsen secara terus menerus ini tidak bisa ditemui dalam praktik media tradisional, bahkan kehadiran media sosial bersamaan dengan berkembangnya internet turut melibatkan khalayak sampai dalam penciptaan bahasa baru yang lebih bersifat universal dibanding media tradisional yang lokal (inet.detik.com diakses tanggal 14 februari 2019, pukul 17.36 WITA).

2.4 Definisi Keselamatan Berkendara (*Safety Riding*)

Safety riding adalah perilaku mengemudi yang aman yang bisa membantu untuk menghindari terjadinya kecelakaan lalu lintas. *Safety riding* merupakan dasar pelatihan berkendara lebih lanjut yang lebih memperhatikan keselamatan bagi pengemudi dan penumpang. *Safety riding* didesain untuk meningkatkan awareness (kesadaran) pengendara terhadap segala kemungkinan yang terjadi selama berkendara (Ariwibowo, 2013:4).

Safety riding merupakan suatu program untuk menekan angka kecelakaan lalu lintas dengan memberikan pemahaman pada masyarakat bahwa berlalu lintas merupakan kegiatan yang menyangkut banyak aspek sehingga harus memperhatikan faktor keamanan dan keselamatan diri pribadi serta orang lain. Prioritas sasaran program *safety riding* antara lain melengkapi kendaraan dengan spion, lampu sein dan lampu rem (kelengkapan kendaraan), menggunakan helm standar dan memastikannya berbunyi klik (kelengkapan keselamatan), menyalakan lampu pada siang hari untuk kendaraan roda dua, menggunakan lajur kiri bagi Mobil Penumpang Umum (MPU) dan kendaraan roda dua (Puspitasari, 2013:193)

Dijelaskan dalam buku petunjuk tata cara bersepeda motor di Indonesia yang dikeluarkan oleh Ditjen Perhubungan Darat (2009) perilaku keselamatan berkendara atau *safety riding*, meliputi pengendara kendaraan bermotor yang diwajibkan memiliki SIM, mematuhi hukum yang telah ditentukan Undang-undang No. 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, persiapan berkendara dan perlengkapan yang tepat untuk keselamatan pengendara, serta mampu mengendalikan kecepatan dan keseimbangan dalam mengendarai kendaraan bermotor. Keselamatan berkendara mengacu kepada perilaku berkendara yang secara ideal harus memiliki tingkat keamanan yang cukup baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain, agar terhindar dari kecelakaan lalu lintas (UU RI No. 22 Tahun 2009). Diperlukan sebuah sistem yang lebih menyeluruh sehingga pengendara kendaraan bermotor benar-benar sadar dan paham akan pentingnya menjaga dan membudayakan keselamatan di jalan raya. Konsep *safety riding* kemudian dikembangkan menjadi *defensive driving*, merupakan pengembangan lebih lanjut dari *safety riding* yang sudah ada dimana terdapat 3 (tiga) kunci utama prinsip *defensive driving* tersebut, yaitu:

1. Kewaspadaan (Alertness), merupakan faktor utama yang menjamin pengendara untuk selalu siaga dan waspada. Ini adalah sistem perlindungan pertama jika menghadapi pengendara lain yang berlaku tidak aman di jalan raya. Pengendara tidak akan mudah terpengaruh untuk mengikuti tindak tidak aman di jalan raya karena ia sadar sepenuhnya akan bahaya.

s2. Kesadaran (Awareness), adalah penguasaan diri dalam berkendara. Pengendara yang mempunyai kesadaran penuh dan memiliki prosedur berkendara dengan baik, benar dan aman akan selalu terdorong untuk tertib pada peraturan yang ada. Selain itu, pengendara yang mempunyai kesadaran penuh dalam berkendara tidak akan bersikap membahayakan.

3. Sikap dan mental (Attitude), merupakan faktor dominan yang sangat menentukan keselamatan di jalan raya. Seseorang yang dapat mengendalikan sikap di jalan raya berarti dapat mengendalikan emosinya. Dengan pengendalian emosi di jalan raya, maka akan muncul sikap untuk memperhatikan kepentingan orang lain selain kepentingan dirinya. Sikap emosional yang memicu *arrogan driving* dapat dihindarkan (Mahawati, 2013:436).

2.5 Generasi *Millenial* (*Kaum Millenial*)

Generasi *millennial* adalah sebuah istilah yang populer menggantikan istilah generasi Y (kelompok demografis) setelah generasi X. peneliti sosial sering mengelompokkan generasi yang lahir di antara tahun 1980an sampai 2000an sebagai generasi *millennial*. Jadi bisa dikatakan generasi *millennial* adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia di kisaran 15-34 tahun (<http://www.hassanudinali.com>).

Dengan perkembangan teknologi dan komputer yang semakin maju, generasi ini tumbuh dalam iklim yang sangat kental dengan teknologi dan serbuan informasi yang cepat dan canggih. Generasi ini adalah generasi yang cepat menerima dan mengadopsi informasi yang lebih cepat, dan akan mencapai kebosanan apabila menjalani metode pelajaran tradisional. Generasi *millennial* muncul untuk menjadi generasi teknologi yang paling canggih, yang mencakup teknologi mutakhir seperti ipod, mp3s, kamera ponsel, PDA, kamera digital dan DVD player. Generasi *millennial* disebut sebagai anak-anak *remote control* karena mereka menghadapi perubahan yang terus-menerus (<http://www.hassanudin.ali.com>).

2.6 Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis, yang menyangkut hubungan antara orang perorang, antarkelompok manusia, serta antara orang perorang dan kelompok manusia. Interaksi sosial pada hakikatnya merupakan pengaruh timbal balik antara berbagai bidang kehidupan bersama. Lebih lanjut menurut Soekanto hakikat hidup bermasyarakat itu sebenarnya terdiri dari relasi-relasi yang mempertemukan mereka dalam usaha-usaha bersama dalam aksi dan tindakan yang berbalas-balasan, sehingga orang salinganggapi tindakan mereka (Soekanto, 2012 : 33).

Dengan demikian dapat pula diartikan bahwa masyarakat merupakan jaringan relasi-relasi hidup yang timbal balik, yang satu berbicara dan yang lain mendengarkannya; yang satu bertanya, yang lainnya menjawab; yang satu memberi perintah, yang lainnya menaati; yang satu berbuat jahat, yang lain membalas dendam; dan yang satu mengundang, yang lainnya datang. Kesimpulannya bahwa orang saling mempengaruhi dan hasil interaksi inilah sangat ditentukan oleh nilai dan arti serta interpretasi yang diberikan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi ini (Wulandari, 2009 : 39).