**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan bukan hanya di kalangan ilmuan komunikasi tetapi juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata lain yaitu *communis* yang bearti “sama”, *communico, comunicatio, atay communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *(communis)* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata – kata latin lainnya yang mirip.

Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi adalah “interaksi antara dua mahkluk hidup atau lebih” kemudian menurut Tubbs dan Moss komunikasi adalah proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih.

Meskipun komunikasi menyangkut perilaku manusia, tidak semua perilaku manusia itu adalah komunikasi. Menurut Pace dan Faules perbedaan tersebut sederhana tapi rumit sebagai contoh apakah bernyanyi sendirian di kamar mandi itu merupakan komunikasi? Akan tetapi sebenarnya jawaban atas pertanyaan tersebut kembali lagi dengan bagaimana kita mendefinisikan komunikasi.

Komunikasi pada dasarnya bersifat instrumental dan persuasif, kita berkomunikasi untuk mengajak baik itu orang lain dan sebenarnya bisa juga berkomunikasi dengan diri sendiri. Ketika kita ingin melakukan suatu hal yang menjadi dilemma bagi kita, kita akan berusaha mempertimbangkan apa tindakan yang akan dilakukan, hal terebut juga disebut sebuah komunikasi.

Dalam pengertian khusus komunikasi, **Hovland** (dalam Effendy) dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**“Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*). Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan – pesan harus benar – benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif”. (2001 : 10)**

Pengertian komunikasi juga datang dari **Everett M. Rogers** yang dipaparkan oleh **Cangara** dalam buku karyanya **Pengantar Ilmu Komunikasi** yang mengatakan bahwa komunikasi adalah : **“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (1998:19)**

Lebih dalam lagi menurut **Ross** dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Mulyana** bahwa komunikasi adalah sebagai berikut:

**Suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan symbol. Symbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan dimaksudkan komunikator. (2001:69)**

Intinya apa yang disampaikan oleh Ross adalah adanya respon balik dari pesan yang disampaikan komunikator agar sama dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi sebenarnya belum ada persetujuan antara ahli – ahli sebagai definisi yang paling utama dan disetujui oleh para ahli – ahli tersebut.

Komunikasi memiliki banyak versi dari segi definisi. Kemudian, menurut **Rogers dan Kincaid** pada 1981 dalam Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Cangara** bahwa :

**“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain-nya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (2006:19)**

Rogers mencoba mengspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan) dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang – orang yang ikut sera dalam suatu proses komunikasi.

**2.1.1 Unsur – unsur Dasar Komunikasi**

**1. Komunikator**

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, source, encoder. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

**2. Pesan**

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Menurut **Cangara** dalam Pengantar Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut :

**Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimic, gerak – gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. (2006:23)**

**3. Media**

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia manusia seperti mata dan telinga.

Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi **Cangara** dikatakan bahwa :

**Pesan – pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. (2006:119)**

Sedangkan dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya **Vardiansyah,**

**Media bentuk jamak dari medium komunikasi diartikan sebagai alat peralatan yang sengaja dipilih ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (2004 : 24 – 26)**

**4. Komunikan**

komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

**5. Efek**

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

Unsur – unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Menurut **Mulyana** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu :

1. **Komunikasi verbal : simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari masuk ke dlaam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha – usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.**
2. **Komunikasi non verbal : secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata – kata mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (2000 : 237)**

Perilaku non-verbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi tanpa berbicara komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi tidak menggunakan kata dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi non-lisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi non-verbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi non-verbal.

**2.1.2 Fungsi Komunikasi**

**1. Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep dari kita, untuk keangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

1. Pembentukan konsep diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang – orang dekat lainnya dekat sekitar kita, termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan *significan others*.

1. Pernyataan eksistensi diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri.

c. Untuk keberlangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan komunikasi, dalam konteks apapun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.

**2. Komunikasi Ekspresif**

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan – perasaan (emosi) kita.

**3. Komunikasi Ritual**

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.

**4. Komunikasi Instrumental**

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum seperti yang dimaksudkan oleh **Mulyana** dalam Pengantar Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut :

**Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicaraan menginginkan pendengarnya mempercayai fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui. (2005:5-30)**

**2.1.3 Proses Komunikasi**

Komunikasi dapat berlangsung dengan baik apabila proses komunikasinya berjalan dengan baik dan lancer. Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal – hal yang berlawanan (kontradiktif), yang sama (selaras, serasi), serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

Menurut **Effendy** proses komunikasi adalah sebagai berikut :

**Berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambing, misalnya bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai syarat. (1989 : 63-64)**

Menurut **Courtland L, Bovee dan John V. Thil** dalam Business Communication Today **Purwanto** Komunikasi Bisnis, proses komunikasi (communication process) terdiri atas enam tahap, yaitu :

1. **Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan ide atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audience. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, amupun diraba. Ide – ide yang ada dalam benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan.**
2. **Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan. Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna, proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang kemudian diubah kedalam bentuk pesan – pesan seperti dalam bentuk kata – kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud (tujuan), audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.**
3. **Pengirim menyampaikan pesan. Setelah mengubah ide – ide ke dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan.**
4. **Penerima menerima pesan. Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima pesan tersebut. Pesan yang diterima adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya sebagian kecil saja.**
5. **Penerima menafsirkan pesan. Setelah penerima menerima suatu pesan, tahap berikutnya adalah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.**
6. **Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Umpan balik (feedback) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Setelah menerima pesan, penerima akan memberi tanggapan dengan cara tertentu dan memberi sinyal terhadap pengirim pesan. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi, karena ia memberi kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Di samping itu, adanya penghambat komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata – kata, dan perbedaan reaksi secara emosional. (2003 : 11-14)**

Agar lebih jelas maka peneliti akan membahas proses komunikasi dengan peninjauan dari **Carl I Hovland** dalam **Effendy** yang menjelaskan bahwa:

**“Komunikasi adalah suatu upaya yang sistematis untuk memutuskan secara tegas asas-asas dan atas dasar atas-atas tersebut disampaikan informasi serta bentuk pendapat dan sikap.” (Effendy, 1993:16)**

Dari penjelasan tersebut, komunikasi jelas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyatakan atau tidak menyatakan suatu gagasan kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang berupa bahasa, gambar-gambar atau tanda-tanda yang berarti bersikap umum.

Proses komunikasi terdiri atas dua tahap, meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. (**Effendy**, dalam **Mondry**, 2008:3).

1. **Proses komunikasi secara primer, merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan sesorang kepada orang lain dengan menggunakan lalmbang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kial (*gesture*), gambar, warna, dan sebagainya. Syarat secara langsung dapat “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.**
2. **Proses komunikasi sekunder, merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam berkomunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau dalam jumlah yang banyak (Effendy, 2002 :15)**

Pada media primer, lambang yang paling banyak diguunakan adalah bahasa. Bahasa merupakan sarana yang paling penting banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya dengan bahasa (lisan atau tulisan) kita mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, baik berbetnuk ide, informasi atau opini bisa dalam bentuk konkret ataupun abstrak. Hal ini bukan hanya suatu hal atau peristiwa yang sedang terjadi sekarang, tetapi juga pada masa lalu atau waktu yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat “menerjemahkan” pikiran sesorang sehingga terekspresi secara fisik, tetapi menggapaikan tangan atau memainkan jemari, mengedipkan mata atau menggerakan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas). Demikian pula dengan isyarat yang menggunakan alat, seperti bedug, kentongan, sirine, dan lain-lain, juga warna yang memiliki makna tertentu. Kedua lambang (isyarat warna) tersebut sangat terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Sementara proses komunikasi sekunder merupakan kelanjutan dari proses komunikasi primer, yaitu untuk menembus dimensi dan ruang waktu. Maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan digunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Setelah pembahasan di atas mengenai proses komunikasi, kini kita mengenal unsur-unsur dalam proses komunikasi. Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Sender : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding: penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang.
3. Message: saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
4. Media : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang ynag disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. Recciver : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Response : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator. Noise : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimnya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Untuk mengetahui dan memperjelas bahasan tentang proses komunikasi **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** menggambarkan skema dari proses komunikasi.

Noise

Decoding

Feedback

 Sender

Response

 Reciver

Media

Encoding

**Gambar 2.1 Skema Proses Komunikasi**

**2.1.4** **Prinsip-prinsip Komunikasi**

**Deddy Mulyana** mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul  **Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar.** Terdapat 12 prinsip komunikasi yakni :

1. **Komunikasi Adalah Proses Simbolik. Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti yang dikatan K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yeng membedakan manusai dengan mahkluk lainnya.**
2. **Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi. Kita tidak dapt berkomunikasi (*we can’t not communicate*). Tidak berarti bahwa semua proilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila sesorang memberi makan pada perilaku orang lain atau perilakuknya sendiri.**
3. **Komunkasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan. Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungnan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan pasa peserta komunikasi itu.**
4. **Komunikasi Berlangsun dalam Bebagai Tingkat Kesenjangan. Komunikais dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama sekali hingga komunikasi yang yang benar-benar direncanakan dan disadari.**
5. **Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu. Makna pesan juga bergantung pada kontek fisik dan runag, waktu, sosial dan psikologis**
6. **Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi. Komuniksi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih stategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.**
7. **Komunikasi Bersifat Sistemik. Setiuap indivisu adalah sistem yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung. Hl itu juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal tehubung menjadi satu.**
8. **Semakin Mirip Latar Belakang Sosialbudaya Semakin Efektiflah Komunikasi. Komunikis yang efektif adalah komunikasi yang hasilnnya sesuai dngan harapan para peserta komunikasi.**
9. **Komunikais Bersifat Nonkonsekuensial. Sebenarnya komunikasi manusi adalam bentuk dasarnya(komunikais tatp muka) bersifat dua-arah.**
10. **Komunikasi Bersifat Prosensual, dinamis, dan Transaksional. Komunikasi tidak punya awal dan tidak punya akhir, melaikan proses yang sinambungan.**
11. **Komunikasi Bersifat  *Irreversible*.sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan.**
12. **Komunikasi Bukan Panasea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah. Komunikasi bukanlah Panasea (obat mujarab). Untuk menyelesaikan persoalan atau konflik, karena tersebut mungkin berkaintan dengan masalah struktural. (2015:91-127)**

**2.2 Pengertian Jurnalistik**

Pengertian jurnalistik baik itu dari pakar ataupun dari praktisi pada dasarnya adalah sama akan tetapi perbedannya terletak dari bagaimana mereka memaknai arti kata jurnalistik itu sendiri. Banyak ahli atau pakar yang mengutarakan definisi dari jurnalistik akan tetapi konsep dari jurnalistik itu tidak jauh berbeda. Secara etimologis, jurnalistik berasal dari bahasa Prancis, “*journ*”, bahasa Belnda “*journalistiek*” atau dalam bahasa inggris “*journalism*” yang bersumber pada perkataan “*journal*” sebagai terjemahan dari bahasa latin “*diurnal*” yang berarti “harian” atau “setiap hari” atau berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari.

Jurnlistik merupakan kegiatan yang dilakukan setiap hari dan bisa dikatakan bahwa jurnalistik itu memiliki factor aktualitas, dimana ke aktualitasan adalah pendorong berkembangan dunia jurnalistik itu sendiri. Kegiatan jurnalistik sendiri tergantung pada media massa sebagai salurannya. Khalayak sebagai audience yang selalu berhubungan dengan kegiatan setiap hari, selalu ingin mengetahui berita atau informasi yang actual melalui media massa. Di dalam jurnalistik mencari, menyunting, mengolah, mengumpulkan, menyebarkan adalah termasuk kegiatan jurnalistik.

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** karya **Poewodarminta,**

**Jurnalistik berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482)**

Kemudian menurut **Assegaff** dalam Jurnalistik Indonesia **Sumadiria**, Jurnalistik adalah :

**Kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah atau berkata lainnya (1983:9)**

Menurut **Sumadiria** dalam bukunya Jurnalistik Indonesia, Jurnalistik di definisikan sebagai :

**Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas – luasnya dengan secepat – cepatnya. (2005:3)**

Adapun pengertian Jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku Jurnalistik Praktis, mengemukakan :

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat, dan menyebarluaskan peristiwa yang bernilai berita (*news*) dan pandangan (*views*) kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2001:70)**

Dari berbagai literature, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip – prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya **Sudirman Tebba, Jurnalistik Baru**, yakni :

1. **Tidak boleh memasukkan opini pribadi.**
2. **Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.**
3. **Unsur 5W + 1H tetap ada.**
4. **Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.**
5. **Naskah berita harus lugas dan mengandung daya gerak (2005:3).**

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Kaya jurnalistik adalah uraian fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada sajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Pencarian, pengumpulan, penyeleksian, penyebaran, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik dan penyajian kepada khalayak melalui media massa periodic cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsif yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan berprasangka (praduga tak bersalah).

Ilmu jurnalistik dituangkan dalam bentuk karya jurnalistik yang disajikan pada khalayak melalui media massa periodic, baik cetak, elektronik, maupun internet.

**2.2.1 Bentuk Jurnalistik**

Menurut **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu :

1. **Jurnalistik Media Cetak**

**Jurnalistik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.**

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

**Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televise siaran dan jurnalistik media online (internet). (2006:4)**

Jenis – jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran – aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini terjadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing – masing media.

**2.3 Fenomenologi**

**2.3.1 Sejarah Fenomenologi**

Fenomelogi berasal dari bahasa Yunani, Phainoai, yang berarti “menampak” dan phainomenon merujuk pada “yang menampak”. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinckh. Meskipun demikian pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl.

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abab ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengeetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Imanuel Kant memulai sesekali menggunakan Istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya johann Gottlieb Fitchte dan G. W. F. Hegel. Pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Karena pada abad inilah pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pengindraan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Sedangkan di sisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia (rasio). Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akallah yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Menurut aliran ini, pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Jika dikaji lagi fenomenologi itu berasal dari phenomenon yang berarti realitas yang tampak. Dan logos yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkrontruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubyektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). (kuswarno, 2009:2)

Fenomenologi berasumsi bahwa orang – orang secara aktif menginterpretasi pengalaman – pengalamannya dan mencoba memahami dunia dngan pengalaman pribadinya. (Littlejohn, 2009:57)

Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak dapat berdiri sendiri, karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran yang lebih lanjut. Tokoh – tokoh fenomenologi ini diantaranya Edmund Husserl, Alfred Schutz dan Peter L. Berger dan lainnya. Fenomenologi menebus fenomena untuk dapat mengetahui makna hakikat terdalam dari fenomena tersebut untuk mendapatkan hakikatnya.

Kemudian filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Immanuel Kant** dalam Fenomenologi Engkus menyebutkan bahwa fenomena adalah:

**Fenomena adalah sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara pengindraan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya). (2009:4)**

Jadi bisa kita simpulkan pula bahwa imanuel kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahsan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun (abad 18 dan 19).

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilah unsur mana yang berasal dari pengamalan (*phenomena*), dan mana yang terdapat dalam akal (*noumena* atau *the thing in its self*). Fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat eropa sepanjang abad ke-20.

Setelah itu kemudian muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakan dasar fenomenologi lebih tegas lagi. Dala tulisannya yang berjudul *Psychology from an Emprical Standpoint* (1874). Bretano mendefinisikan **fenomena sebagai sesuatu yang terjadi dalam pikiran. Sedangkan fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar.** Kemudian ia membedakan antara fenomena mental dengan fenomena fisik (objek atau persepsi eksternal yang dimulai dari warna dan bentuk). Jadi bagi Bretano, fenomena fisik ada karena “kesengajaan”, dalam tindakan sadar (*intentional in existence*).

Lebih lanjut lagi menurut **Bretano** yang di kutif **Engkus** dala bukunya fenomenologi¸ pengertian fenomenologi adalah :

**Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam “kesadaran” kita, baik dalam bentuk persepsi, khalayan, keinginan, atau pikiran. (2009:5)**

Bila kita bandingkan dengan pemikiran sebelumnya yang diungkapkan oleh Immanuel Kant, pengertian tentang fenomenologi yang diungkapkan oleh bretano ini lebih luas. Pengertian fenomenologi ini juga yang mengantarkan pada sebuah fenomenologi yang lebih hakiki.

Selanjutnya Bretano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan fenomenologi deskriptif mendefinisikan dan mengkasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk diantaranya persepsi , pendapat , dan emosi. Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu berhubungan dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Bretao dengan fenomenologi tahun 1889.

Pada masa berikutnya, selain bretano dan william james dengan *principles of psycology* (1891), berkembang pula teori semantik atau logika dari Bernard Bolzano dan Edmund Husserl (logika modern), termsuk Gottlob Frege.

Husserl melalui tulisannya yang berjudul *Logical Investigations* menggabungkan antar psikologi deskriptif dengan logika. Pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa Husserl terinpirasi oleh pemikiran Bolzano mengenai logika ideal dan psikologi deskriptif.

Menurut husserl yang dikutif Engkus dalam bukunya Fenomenologi menjelaskan bahwa :

**Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja (*intentional objects*), dan tindakan sadar subjektif. Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang terhubung dengannya. (2009:6)**

Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan noesis, dan sedangkan iistilah noema untuk isi dari kesadaran itu. Noema dari tindakan sadar disebut Husserl sebagai makna ideal dan objek sebagaimana tampak. Fenomena (objek sebagaimana tampak) adalah noema. Interpretasi Husserl ini menjadi dasar dari teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan (apakah noema salah aspek dari objek, ataukah media dari tujuan).

Singkatnya, fenomenologi husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika.

Dari beberapa perkembangan serta berbagai pendapat mengenai fenomenologi, ini menjadikan fenomenolgi menjadi semakin berkembang, yang kemudian banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi dalah ranah filsafat. Pada umumnnya pembahasan filosfis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontologi, epistemologi, etika, dan logika. Keempt bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

1. Fenomenologi dan Ontologi

Ditinjau dari ontologi, fenomenologi mempelajari sifat-sifat alami kesadaran secara ontologis, fenomenologi akan dibawa kedalam permasalahan mendasar jiwa dan raga (*traditional mind-body problem*).

Sebagai pengembangan pembahasan ontologi, fenomenologi Husserl kemudian mencoba membuat teori pengandaian mengenai “keseluruhan dan bagiannya” (*universals and particulars*), hubungan keseluruhan dan bagiannya, dan teori tentang makna ideal.

1. Fenomenologi dan Epistimologi

Berkenaan dengan epistimologi yang bertugas untuk membantu kita dalam menemukan pengetahuan , fenomenologi terutama mebantu dalam mendefinisikan fenomena. Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomena-lah pengetahuan itu berada. Disisi yang lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaraan dan jenis-jenis khusus pengetahuan orang pertama, melalui bentuk-bentuk intuisi. Menurut husserll sebagai epistemologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk mencapai kebenaran dan pengetahuan.

Demikianlah pembahasan fenomenologi dihubungkan dengan bidang-bidang inti dari filsafat. Jelas kiranya penambahan bidang fenomenologi bagi ilmu sosial masih menjadi perdebatan hingga saat ini. Namun kedudukan fenomenologi sebagai sebuah aliran filsafat kiranya tidak perlu diragukan lagi. Apalagi secara historis, fenomenologi merupakan bagian dari filsafat, sebagaimana halnya matematika dan logika. Kemampuan fenomenologi dalam memenuhi kriteria ilmu ditinjau dari bidang-bidang inti filsafat pun, secara tidak langsung telah mengukuhkan kedudukan fenomenologi sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri.

1. Fenomenologi dan Logika

Seperti yang diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai makna-lah yang membawa husserl kepada “teori kesengajaan”, yang menjadi jantung fenomenologi. Dalam penjelasanya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantik dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat paada teori logika. Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukkan pada bahasa, baik bahsa sehari-hari maupun dalam bentuk simbol-simbol, seperti logika predikat, matematika, dan bahasa komputer.

1. Fenomenologi dan Etika

Fenomenologi mungkin saja memainkan peran penting dalam bidang etika dengan menawarkan analisis terhadap kehendak, penelaian, kebahagian dan perhatian terhadap orang lain (dalam bentuk simpati dan empati). Apabila menelaah sejarah fenomenologi, akan kita temukan bahwa etika menjadi tujuan akhir fenomenologi.

**2.3.2 Fenomenologi Alfred Schutz**

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan musik dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodelogi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. *Pertama,* karena melalui Schutz-lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gamblang dan mudah dipahami. *Kedua,* Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (*human of action)*dengan tiga dalil umum yaitu:

1. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis)

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggungjawabkan ataukah tidak.

1. *The postulate of subjective interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti mesti memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

1. *The postulate of adequacy*  (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosial-nya telah mengawinkan fenomenologi transendental-nya Husserl dengan konsep *verstehen*yang merupakan buah pemikiran weber.

Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transendental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji ‘sesuatu yang muncul’, mengkaji fenomena yang terjadi di sekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologisnya didalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

Dalam pandangan Schutz memang ada berbagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif yang disebutnya sebagai *the life world.*

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu ***pertama****, wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). ***Kedua****, reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). ***Ketiga****,*dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. ***Keempat****,*pengelaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengelaman dia sendiri. ***Kelima****,*dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. ***Keenam****,*adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam *the life wolrd*ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep ‘dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’.  Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *stock of knowledge*terdiri dari *knowledge of skills*dan *useful knowledge. stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada  content (isi), meaning (makna), intensity (intensitas), dan duration (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (*science),*khususnya ilmu sosial.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui oleh semua orang.
2. Ilmu pengetahuan yang intersubyektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial.
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubyektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Ada beberapa tipifikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubyektivitas, antara lain :

1. **Tipifikasi pengalaman** (semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum).
2. **Tipifikasi benda-benda** (merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai ‘sesuatu yang mewakili sesuatu’.
3. **Tipifikasi dalam kehidupan sosial** (yang dimaksudkan sosiolog sebagai *System, role status, role expectation,* dan*institutionalization* itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Schutz mengidentifikasikan empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *umwelt, mitwelt, folgewelt,*dan *vorwelt.*

1. ***Umwelt****,* merujuk pada pengelaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
2. ***Mitwelt****,*merujuk pada pengelaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian.
3. ***Folgewelt****,*merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang.
4. ***Vorwelt****,*dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, sebaiknya peneliti merujuk pada empat tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial sebenarnya berasal dari hasil pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan. Sehingga untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini:

1. *The eyewitness* (saksi mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut.
2. *The insider* (orang dalam), seseorang yang karena hubunganya  dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagi sistem yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. peneliti menerima informasi orang dalam sebagai ‘benar’ atau sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam dari saya.
3. *The analyst* (analis), seseorang yang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.
4. *The commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi sosial yaitu :
5. *Pertama,* perhatian terhadap aktor.
6. *Kedua,*perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (natural attitude).
7. *Ketiga,*memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
8. *Keempat,*memperhatikan pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana  keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

**2.4 Pengertian Internet**

internet (kependekan dari *interconnection networking*) adalah seluruh jaringan computer yang saling terhubung menggunakan standar system global *Transmission Control Protocol/Internet Protocol Suite* (TCP/IP) sebagai protocol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Rangkaian internet yang terbesar dinamakan Internet. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaidah ini dinamakan *internetworking* (“antarjaringan”)

**2.4.1 Sejarah Internet**

internet merupakan jaringan computer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), di mana mereka mendemonstrasikan bagaimana dengan *hardware* dan *software* *computer* yang berbasis UNIX, kita bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon.

Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan, kehandalan, seberapa besar informasi dapat dipindahkan, dan akhirnya semua standar yang mereka tentukan menjadi cikal bakal pembangunan protocol baru yang sekarang dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*).

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer. Pada saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat (*US Department of Defense*) membuat system jaringan computer yang tersebar dengan menghubungkan computer di daerah – daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat, yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

Pada mulanya ARPANET hanya menghubungkan 4 situs saya yaitu Stanford Research Institute, University of California, Santa Barbara, University of Utah, di mana mereka membentuk satu jaringan terpadu pada tahun 1969, dan secara umum ARPANET diperkenalkan pada bulan Oktober 1972. Tidak lama kemudian proyek ini berkembang pesat di seluruh daerah, dan semua Universitas di Negara tersebut ingin bergabung, sehingga membuat ARPANET kemudian untuk mengaturnya.

Oleh sebab itu ARPANET dipecah menjadi dua, yaitu “MILNET” untuk keperluan militer dan “ARPANET” baru yang lebih kecil untuk keperluan non-militer seperti, universitas – universitas. Gabungan kedua jaringan akhirnya dikenal dengan nama DARPA Internet, yang kemudian disederhanakan menjadi Internet.

**2.5 Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

**2.5.1 Klasifikasi media sosial**

media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan suatu set teori – teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentasi, self-disclosure*) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial.

1. **Proyek Kolaborasi**

Website mengijinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove konten – konten yang ada di website ini. Contohnya Wikipedia.

1. **Blog dan microblog**

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya twitter.

1. **Konten**

Para user dari pengguna website ini saling meng-share konten – konten media. Baik seperti video, ebook, gambar, dan lain – lain, contohnya youtube.

1. **Situs jejaring sosial**

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto – foto contoh facebook.

1. **Virtual game world**

Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar – avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya game online.

1. **Virtual social world**

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, virtual Social World lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya a second life.

**2.5.2 Ciri – ciri Media Sosial**

Media sosial mempunyai ciri – ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun Internet.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

**2.6 Pengertian Jejaring Sosial Ask.fm**

Ask.fm adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada telepon pintar yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Penggunaan dari Ask.fm ditargetkan untuk menjadi tempat tersendiri untuk pengguna berbagi dengan keluarga, teman – teman, dan orang lain dimanapun berada.

*Ask.fm* merupakan jejaring sosial yang diresmikan 16 juni 2010 dimana penggunanya dapat bertanya apapun kepada pengguna lain. Kita dapat bertanya kepada pengguna lain menggunakan identitas maupun tanpa identitas atau Anonim. Sama seperti jejaring sosial yang trend lain seperti facebook, twitter dsb, disini ada sistem *follow/following*. Tetapi kita hanya bisa melihat siapa yang kita *follow*.

Ask.fm juga merupakan tempat sharing pesan photo dan video singkat yang terdiri dari *Feed* yaitu tempat dimana terdapat postingan si pengguna dan pengguna lain yang diikuti oleh pengguna, *Questions* yaitu tempat dimana pengguna dapat melihat pertanyaan yang diberikan oleh pengguna lain kepada pengguna, *My Profile* tempat khusus untuk postingan si pengguna, dan *Friends and Notifications* tempat untuk melihat postingan pengguna lain dan pemberitahuan untuk kita yang menggunakan Ask.fm, Sehingga seseorang memenuhi kebutuhan – kebutuhan hidup nyata yang belum terpenuhi seperti dukungan social, rasa memiliki dalam sebuah kelompok, atau pengungkapan rahasia diri seseorang.

Berbeda dengan *website* tanya jawab lain seperti *Quora, Ask.fm* lebih ditujukan kepada remaja, dan pertanyaan-pertanyaan yang ada di *website* ini lebih bersifat pribadi. Sampai saat ini, *Ask.fm* sudah memiliki 112 juta pengguna terdaftar di seluruh dunia. Satu faktor utamanya adalah dirahasiakannya nama pengguna yang mengajukan pertanyaan. Faktor ini, ditambah dengan populernya media sosial di Asia Tenggara termasuk Indonesia, menjadikan *website* ini tempat yang dianggap cocok untuk menanyakan hal pribadi kepada orang lain, atau membuka diri kepada orang lain. Meskipun demikian, pengguna sebenarnya bisa tetap mengungkap identitas mereka ketika hendak bertanya.

**2.6.1 Sejarah Ask.fm**

Ask.fm adalah situs jejaring sosial berbasis Latvia dimana pengguna dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan pengguna lain, dengan pilihan anonimitas. Situs ini diluncurkan pada tanggal 16 Juni 2010. Didirikan sebagai saingan Spring.me (kemudian dikenal sebagai Formspring), Ask.fm diciptakan pada bulan Juni 2010.

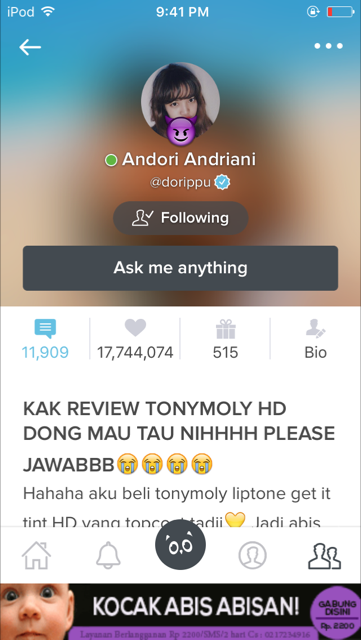
Perusahaan ini mengalami pertumbuhan pesat. Perusahaan ini memiliki 5 juta pengguna yang terdaftar di April 2012, lalu tumbuh menjadi 10 juta pengguna pada bulan Juli 2012, yang membuat 15 juta jawaban baru per hari. Pada titik ini Ask.fm mengaku telah disalip Formspring dengan 37 juta pengunjung setiap bulan dibandingkan 20 juta pengunjung bulanan Formspring. pada bulan Oktober 2012, Ask.fm mencapai 20 juta pengguna yang terdaftar. Pada April 2013, perusahaan mencatat lebih dari 50 juta pengguna yang terdaftar. pada Agustus 2013, jumlah pengguna yang terdaftar melonjak sampai 70 juta. Lebih dari 30 juta pertanyaan dan jawaban yang dibuat setiap hari.

Pada April 2011 fitur jawaban video yang diperkenalkan pada Ask.fm, yang memungkinkan pengguna untuk merekam video dan posting jawaban atas pertanyaan. Pada Mei 2011 Ask.fm memperkenalkan fitur baru, menyediakan pengguna dengan kesempatan untuk menandai pengguna lain dengan menempatkan simbol “@” diikuti dengan nama pengguna. Pada Desember 2011 pengaturan privasi, termasuk fungsi untuk menonaktifkan pertanyaan anonim diperkenalkan. Kemudian “Popular!” fitur ditambahkan, yang memungkinkan pengguna untuk menemukan orang-orang baru yang menarik untuk diikuti. Juni 2013 kedua aplikasi untuk iPhone dan Android dilepaskan. Terakhir pembaharuan Ask.fm baru – baru ini tahun 2016 menampilakan tampilan baru dengan warna tampilan yang bisa kita pilih sendiri sesuai keinginan kita dan mengganti icon baru yaitu burung hantu yang terlihat lebih fresh dan tidak terlalu formal.

**2.6.2 Fitur – fitur Ask.fm**

**a. Profil**

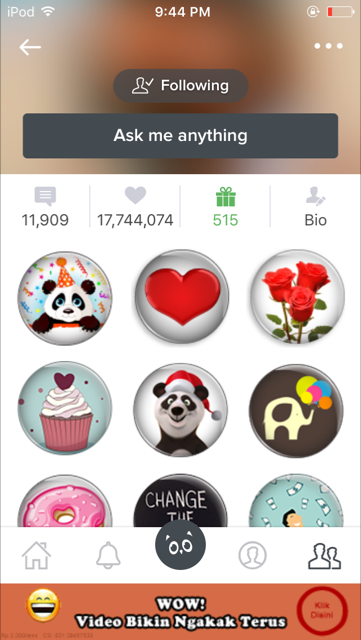
Fitur profil memungkinkan pengguna Ask.fm untuk mengatur tampilan dari halaman Ask.fm. selain dapat mengubah gambar yang menjadi gambar profil, pengguna juga dapat mengubah gambar dari latar belakang halaman Ask.fm pengguna. Selain mengubah gambar, profil juga menampilkan bio pengguna yang dicantumkan sendiri oleh pengguna. Melalui profiil juga terdapat timeline pengguna yang berisi jawaban – jawaban dari segala pertanyaan yang diterima oleh si pengguna. Fitur profil menampilan berapa banyak like, gift, dan emoticon yang dapat dirubah – rubah sesuai keinginan pengguna.

**Gambar 2.2**

**b. Gift**

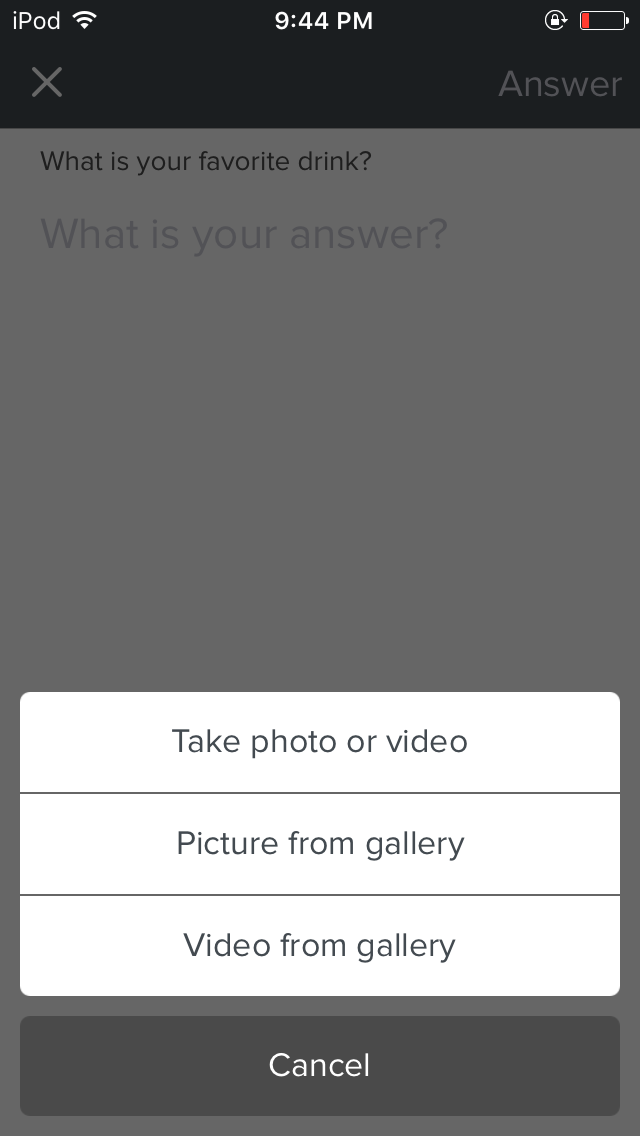
Fitur gift ini bisa dijadikan ajang pertemanan karena pengguna dapat mengirimkan sejenis ucapan untuk orang lain, sebaliknya pengguna dpat dikirimkan gift dari orang yang dikenal maupun tidak dikenal. Gift terdiri dari yang tidak berbayar atau gratis dan yang berbayar.

**Gambar 2.3**



**c. Mengunggah Foto dan Video**

Fitur lain dari Ask.fm adalah foto dan video di mana pengguna dapat mengunggah foto dan juga video untuk berbagi dan menjawab pertanyaan dari penanya pengguna lain. Proses penggunggahan foto dapat langsung diunggah dari album telepon pintar, untuk unggahan video, pengguna dapat mengunggah video yang ada ataupun membuat langsung dengan durasi yang ditentukan oleh Ask.fm.

 **Gambar 2.4**

**d. Fitur Swipe**

Fitur swipe ini dibuat karena telah banyak sekali pengguna yang terdaftar jadi jika pengguna sedang melihat postingan pengguna lain yang terlalu banyak dan ingin kembali ke atas kita dengan mudah bisa langsung ke atas tanpa geser ke atas berulang-ulang.

**e. Like Answer**

pengguna dapat memberikan like pada answer yang mereka suka untuk pengguna lain, sebaliknya pun begitu pengguna lain dapat memberikan like untuk jawaban yang mereka suka. Dan seluruh like answer ini terkumpul dari yang likenya terbanyak sampai tersedikit di profil pengguna agar mempermudah untuk ditemukan.

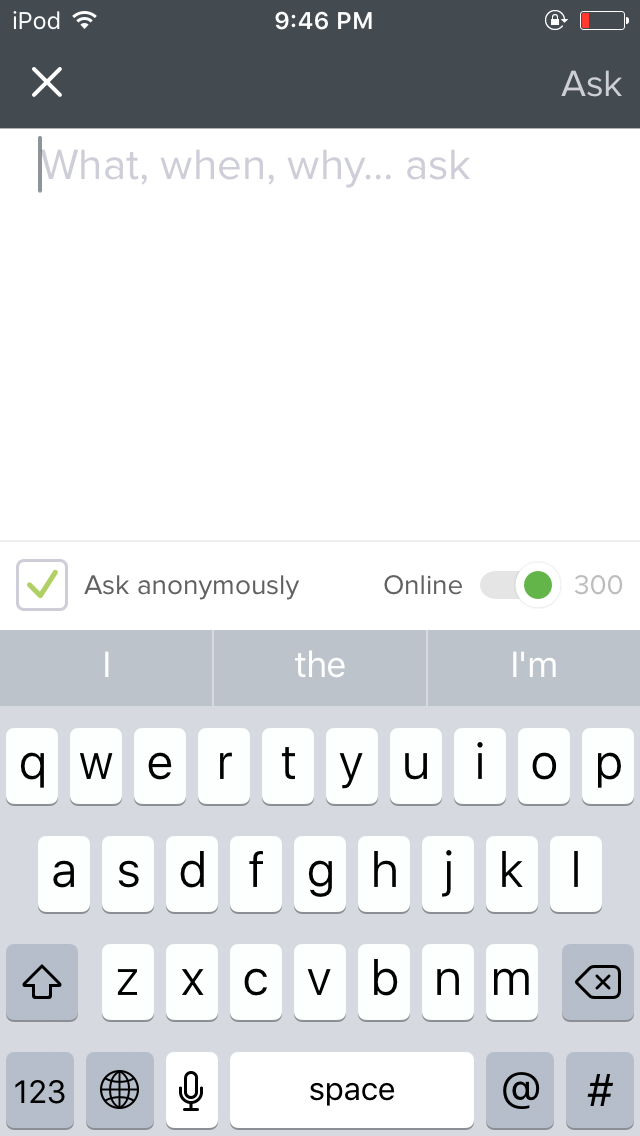
**Gambar 2.5**



**F. Off Anonymous**

Suatu fitur yang mengatur mau atau tidaknya si pengguna untuk menerima pertanyaan – pertanyaan yang di ajukan dari akun privacy atau akun dengan menyembunyikan data diri yang disebut anonymous.

**Gambar 2.6**



**2.6.3 Ask.fm di masa Depan**

Ask.fm telah berhasil menjadi salah satu jejaring sosial yang terkenal dan banyak digunakan oleh pengguna di seluruh dunia. Perkembangan ini tidak terlepas dari beberapa kelebihan Ask.fm yang berbeda dari jejaring sosial lainnya. Kelebihan Ask.fm yang sangat menonjol dari jejaring sosial lainnya adalah jumlah interaksi Tanya jawab yang tidak terbatas. Jumlah pengguna yang dapat berinteraksi dalam anonimus ataupun tidak. Hal ini menjadikan akun dari Ask.fm eksklusif dan menjaga privasi si penanya dari pengguna lain. Selain itu, kelebihan Ask.fm yaitu pengaturan off atau on-nya penerimaan pertanyaan dari anonymous. Tidak adanya kolom iklan dan promosi lainnya menjadikan Ask.fm lebih terfokus kepada pengguna sendiri.

Dengan menjamurnya jejaring sosial seperti Formspring.me akhir – akhir ini, Ask.fm telah menjadi salah satu dari sosial media yang patut diperhatikan. Ask.fm menjadikan berbagai momen lebih mudah dan juga lebih interaktif. Pengembangan dari Ask.fm yang ada menjadikan jejaring sosial ini terkenal dan menarik banyak pengguna. Fitur – fitur yang tersedia dalam jejaring sosial ini menggabungkan beberapa fitur yang terdapat dalam jejaring sosial lain ke dalam satu kemudahan.

Pendiri Ask.fm ini memberikan banyak pengalaman yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan aplikasinya. Pengguna Ask.fm dapat berbagi dengan seluruh pengikut Ask.fmnya yang tidak terlihat oleh si pengguna. Ask.fm memungkinkan pengguna untuk dapat menampilkan kehidupan mereka di dalam satu aplikasi. Ask.fm telah berkembang dari aplikasi untuk berbagi Tanya jawab menjadi aplikasi untuk berbagi pengalaman secara langsung dengan fitur yang ada. Dengan perkembangan pengguna yang telah bertambah pesat tiap bulannya setelah desain ulang yang diakukan baru – baru ini, Ask.fm tentunya dapat menjadi jejaring sosial yang solid di masa depan.