**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan – tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, diantara dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi dalam konteks publik secara lokal, nasional, regional, dan global atau melalui media massa. Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara verbal, non verbal,, langsung dan tidak langsung. Komunikasi juga merupakan aktifitas dasar manusia, tidak dapat dipungkiri dalam era teknologi modern seperti saat ini, kehidupan manusia sangat bergelut dengan waktu akses informasiyang cepat, padat , serta akurat , menjadi suatu kebutuhan pokok bagi setiap individu.

 Perkembangan teknologi khususnya *smartphone* mempengaruhi cara praktisi *Public Relations* untuk menjalin komunikasi dengan publiknya. Contohnya adalah praktisi Humas akan lebih mudah mendapatkan informasi terbaru dan memudahkan berkomunikasi. Selain itu juga *smartphone* sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan dalam berkomunikasi.

 Praktisi *Public Relations* tidak menguasai teknologi terbaru, maka hal tersebut menjadi suatu kerugian besar bagi perusahaan atau organisasi tempatnya bekerja. Perkembangan teknologi akan selalu berbanding lurus dengan tugas dan peran *Public Relations*. Namun, keberadaan teknologi khsusnya media Internet dalam ranah kerja praktisi *Public Relations* tidak serta merta mengesampingkan peran media konvensional seperti media massa televisi dan radio. Bagaimanapun kata-kata yang dilontarkan seorang praktisi *Public Relations* secara langsung melalui media televisi akan lebih dipercaya public dibandingkan dengan serangkaian kata – kata yang ditulis di halaman situs web dunia maya. Semua jenis media akan saling mendukung dan melengkapi satu sama lain. Untuk itu seorang *Public Relations* yang baik harus dapat beradaptasi dalam penggunaan berbagai macam media demi tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi tempatnya berkarya.

 Media sosial merupakan salah satu kebutuhan yang mendasar bagi manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, munculah kebutuhan untuk dapat berkomunikasi secara langsung walaupun terpisah jarak yang jauh. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi, komunikasi didunia maya akhirnya menjadi salah satu solusi untuk kebutuhan tersebut dan menjadi salah satu aktivitas yang sering dijalani dalam kehidupan sehari-hari.Internet dan jejaring sosial memungkinkan seorang wartawan untuk melakukan pekerjaan yang kuat, sementara pada saat yang sama membantu untuk membuat bisnis penerbitan jurnalisme sebuah usaha tidak ekonomis. Setelah itu ada beberapa platform *smartphone* android ternama sudah banyak yang bekerjasama dengan beberapa media sosial perusahaan seperti Google, Facebook, Amazon, Snapchat dan muncul perusahaan aplikasi *messaging* yang telah menjadi sangat kuat dalam hal mempublikasikan apa kepada siapa, dan bagaimana publikasi yang menghasilkan uang. Karena revolusi pada ponsel, kita lebih banyak menghabiskan waktu untuk *online*, jumlah hal yang kita lakukan secara online, dan perhatian kita keluarkan untuk platform *smartphone* android yang namanya telah meledak di pasaran. Desain dan kemampuan *smartphone* mendukung beberapa aplikasi yang mendorong perilaku yang berbeda. Google melakukan penelitian baru-baru ini melalui platform Android yang menunjukkan, sementara kita mungkin memiliki rata-rata 25 aplikasi pada *smartphone* kami. Dan pada saat ini jangkauan *Asus Zenfone* jauh lebih besar dibandingkan platform android lainnya.Salah satu *handphone* yang saat ini banyak digunakan oleh dunia terlebih masyarakat Indonesia adalah *Asus Zenfone*.

Asus Zenfone adalah salah satu perangkat genggam nirkabel yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon seluler, *short messaging service,* internet dan berbagai kemampuan lainnya layaknya sebuah ‘komputer mini”. Produk *Asus* ini memang menawarkan suatu nilai *prestige* tersendiri dalam pemakaiannya. Selain dapat digunakan untuk menelepon dan mengirim pesan, fasilitas dan kemudahan di *Zenfone* yang membuat *handset* tersebut banyak diburu. Fitur yang menjadi andalan *Zenfone* adalah adalah ZenUI dikarenakan ZenUI tersebut memiliki beberapa fitur lagi seperti : *What’s Next, Do it Later,PixelMaster,Open Cloud,Omlet Chat dll.*

 Fasilitas lainnya yang menjadi unggulan dari *Zenfone* adalah daya tarik penggunanya yang cukup tinggi karena *Zenfone* sendiri dikenal sebagai *handphone* yang sulit sekali terkena virus. *Zenfone* terbuat dari bahan kaca dan fiber plastik dan untuk produk terbarunya sudah ada yang menggunakan bahan metal untuk kelas *premium*. *Zenfone* sendiri juga memiliki kemampuan yaitu cepat dalam mengakses jejaring social dikarenakan prosesor dari *Zenfone* sendiri yang terbilang bagus dan modern. Hal ini yang menjadi unggulan *Zenfone* diperuntukkan untuk memudahkan penggunanya mengakses jejaring sosial dan dapat berkomunikasi dengan mudah dan efektif.

Mengacu pada fenomena penggunaan *Zenfone* maka peneliti tertarik untuk mengamati dan meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul **”FENOMENA PENGGUNAAN ASUS ZENFONE DI KALANGAN MAHASISWA BANDUNG”.**

* 1. **Fokus Penelitian**

 Zenfone yang fenomenal, sepertinya kata – kata itu yang bisa menggambarkan tentang kondisi pasar *handphone* di Indonesia saat ini. Seperti yang kita tahu beberapa tahun belakangan ini masyarakat Indonesia banyak yang menggunakan Zenfone sebagai *handphone* terutama di kota – kota besar di Indonesia.

 Banyak yang menggunakan ponsel cerdas ( *smartphone* ) yang penting canggih, elegan, dan tidak ketinggalan zaman, meskipun ponsel canggih hanya digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat. Kini, semakin mudah menemui orang menenteng *Zenfone* di mall maupun di pinggir jalan sekalipun. Rupanya produk *Asus* ini tengah digandrungi dan menjadi fenomena dalam masyarakat urban.

 Kemudahan untuk mengakses informasi yang cepat serta fitur – fitur tertentu yang hanya dimiliki oleh *Zenfone*  ini menyebabkan masyarakat mulai tertarik untuk menggunakannya. Tidak terkecuali kalangan mahasiswa. Jumlah pengguna layanan *Zenfone* di Indonesia diperkirakan yang cepat berkembang khususnya di Asia Tenggara.

 Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman – teman berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook, Twitter, Instagram, Line, Blackberry Messenger, Path, Whatsapp* dan lainnya.

 Aplikasi jejaring sosial dapat memudahkan interaksi manusia melalui aplikasi tersebut, setiap orang dapat berkomunikasi secara *real time* kepada semua orang yang sama – sama memiliki aplikasi jejaring sosial tersebut. Dengan memiliki aplikasi tersebut sekarang semua orang dapat melakukan komunikasi interpersonal kapanpun dan dimanapun tanpa terhalang oleh waktu. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpastisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.

 Indonesia sebagai bagian dari dunia bisa dikatakan tidak luput dari demam *Zenfone.* Fenomena *Zenfone* seolah tidak bisa terbantahkan. Jika awalnya, kebanyakan pengguna *Zenfone* di Indonesia adalah pria karir serta hanya beberapa mahasiswa. Kini, para pengguna *smartphone* beralih ke *Zenfone* sehingga *Zenfone* pada saat ini bayak digunakan oleh seluruh kalangan termasuk mahasiswa. Sebuah perangkat seluler yang memiliki kemampuan layanan push email, telepon, sms dan lainnya memang begitu menjadi fenomena belakangan ini, bukan sebagai alat berkomunikasi saja tapi kebutuhan.

 Kebutuhan *Zenfone* dalam kehidupan masyarakat di kota – kota besar kini ditandai dari pengguna *smartphone* di setiap aktivitasnya. Banyaknya masyarakat yang selalu menenteng *smartphone* kemana – mana menjadikan *Zenfone* sebagai *smartphone* yang digandrungi masyarakat Indonesia saat ini. Namun para pengguna *Zenfone* lebih banyak menggunakan *handset* canggih itu untuk keperluan *lifestyle , gaming* dan berkomunikasi. Berbagai fitur dan kemuudahan yang melengkapi perangkat genggam terkini seperti *Zenfone* mampu mengubah pola komunikasi penggunaan. Seperti yang tadinya marah – marah ketika terjebak kemacetan, sekarang tenang saja karena tertuju pada *smartphone Zenfone* yang digenggamnya.

Para pengguna *Zenfone* seakan dimanjakan oleh kecanggihan *smartphone* ini. Dengan menggunakan *Zenfone* dimanapun dan kapanpun dengan mengakses internet. Aktivitas tentu saja menjadi mudah dan cepat. Bagi para penggiat teknologi atau kalangan biasanya memerlukan informasi cepat, *Zenfone* merupakan perangkat telekomunikatif yang tepat. Dapat mengakses dimana saja dan kapan saja tanpa harus berada di depan komputer.

Fitur *Zenfone, smartphone Zenfone* justru menjadi candu yang benar – benar telah bercampur dengan darah dan daging mereka. Sepertinya jika tidak ada “*Zenfone”* maka hidup mereka kosong, hampa, seperti hidup sendiri penuh dengan kesepian. Sampai ada yang berpendapat bahwa *Zenfone* telah menjadi bagian dari kehidupan mereka sehari – hari mulai dari bangun pagi sampai saat akan tidur tidak lepas dari *Zenfone*.

*Asus Zenfone* yang pada awalnya ditunjukan pada masyarakat menengah kebawah kini sudah menjadi barang yang dipakai oleh kalangan menengah ke atas sekalipun, tidak terkecuali mahasiswa. Dalam *Asus Zenfone* terdapat fitur *ZenUI*.

Hasil pengamatan peneliti, fenomena *Zenfone* juga terjadi di lingkungan mahasiswa. Fitur yang menarik yang ada di *Zenfone* inilah yang membuat sebagian mahasiswa memakai *Zenfone,* ada yang menggunakan keaktifitasan berkomunikasi, untuk memudahkan mereka dalam melakukan *browsing*, bahkan ada pula yang hanya mengikuti *trend.*

 *Zenfone* ini seperti halnya perangkat yang ada pada komputer yang dapat kita akses atau kita gunakan kapan saja dan dimana saja tanpa harus menggunakan laptop atau komputer. Dengan memiliki *Zenfone,* maka akan mempermudah mahasiswa untuk mendapatkan informasi atau tugas yang mereka inginkan kapan saja tanpa harus ke warnet. Kemudahan yang ditawarkan inilah yang banyak membuat saya memakainya.

 Berdasarkan konteks penelitian di atas maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada : “**Bagaimana Fenomena Penggunaan Asus Zenfone Di Kalangan Mahasiswa Bandung?”**

* 1. **Pertanyaan Penelitian**

Dalam Penelitian ini digunakan pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian dimaksudkan untuk memberi arahan pada penelitian dalam mengungkapkan tentang gejala atau fenomena dalam beberapa tema masalah yang berkenaan dengan judul.

Peneliti menjabarkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Motif penggunaan *Asus Zenfone* ?
2. Bagaimana Tindakan pengguna *Asus Zenfone* ?
3. Bagaimana Makna penggunaan *Asus Zenfone* ?
	1. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

* + 1. Untuk mengetahui motif penggunaan *Asus Zenfone* di kalangan mahasiswa.
		2. Untuk mengetahui tindakan pengguna *Asus Zenfone* di kalangan mahasiswa.
		3. Untuk mengetahui makna penggunaan *Asus Zenfone* di kalangan mahasiswa.
	1. **Kegunaan Penelitian**

Hasil akhir penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembang ilmu, khususnya ilmu komunikasi. Maka dari itu, kegunaan penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

* + 1. **Kegunaan Teoritis**
1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai fenomena kebutuhan pengguna *Asus Zenfone* yang terjadi
2. Diharapkan berguna bagi kajian ilmu komunikasi dalam kaitannya dengan fenomena kebutuhan *Asus Zenfone*
3. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan mengenai fenomena kebutuhan pengguna *Asus Zenfone*
	* 1. **Kegunaan Praktis**
4. Penelitian ini dapat memberikan masukan dan pengetahuan bagi masyarakat umum dalam fenomena kebutuhan pengguna *Asus Zenfone*
5. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengenai dampak baik dan dampak buruk fenomena kebutuhan pengguna *Asus Zenfone*

**1.6 Kerangka Pemikiran**

**1.6.1 Kerangka Fenomenologi**

*Asus Zenfone* yang pada awalnya ditunjukan pada masyarakat menengah kebawah kini sudah menjadi barang yang dipakai oleh kalangan menengah ke atas sekalipun, tidak terkecuali mahasiswa. Dalam *Asus Zenfone* terdapat fitur *ZenUI*.

 Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas control struktur dan pranata sosialnya dimana individu berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Karena itu, paradigma definisi sosial lebih tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia tentang proses sosial, terutama para pengikut interaksi simbolis. Daalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Menurut **Bungin** dalam buku **Kontruksi Sosial Media,** mengatakan bahwa :

**Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wawancara publik, sebagai hasil dari kontruksi sosial. Realitas dikontruksi melalui proses ekstrenalisasi (bagian penting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunia sosio-kulturalnya), objekvasinya (terjadi melalui penyebaran opini tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial itu), dan internalisasi ( suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain yang demikian menjadi bermakna secara subjektif bagi individu itu sendiri). Selain itu kontruksi sosial tidak pernah dalam ruang hampa namun syarat dengan kepentingan – kepentingan. (Bungin, 2011:23).**

Menurut **Bungin** dalam Buku **Kontruksi Sosial Media,** mengatakan bahwa:

**Realitas sosial yang dimaksud terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis, dan realitas subjektif. Realitas obyektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada diluar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas obyektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subyektif yaitu realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas obyektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi. (Bungin,2011:24).**

 Alat komunikasi, *Asus Zenfone*hadir dengan kelebihan yang dimilikinya mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu kelebihan yang dimilikinya adalah *Zen UI* yang dimana memiliki tampilan *interface* tersendiri yang membuat nyaman penggunanya. Selain itu, *Asus Zenfone* mempunyai nilai guna bagi kalangan mahasiswa seperti pertukaran informasi pembelajaran dan berbagai kebutuhan lainnya yang dapat membantu siswa dan rutinitas kesehariannya. Disisi lain, *Asus Zenfone* bagi sebagian besar siswa adalah sebagai ajang mengikuti trend dan membentuk status sosial

Panduan dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Teori Fenomenologi** dalam buku **Kuswarno** mengatakan bahwa :

**Fenomenologi merupakan pendekatan yang beranggapan bahwa fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri. Fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang transdental. Untuk mendapatkan nilai kebenaran yang sesungguhnya, maka harus menerobos melalui fenomena yang tampak itu. (Kuswarno, 2008:210).**

Fenomenologi tidak berasumsi bahwa penelitian mengetahui arti sesuatu bagi orang – orang yang sedang diteliti. Yang ditekankan oleh fenomenologi ialah aspek subjektif dari perilaku manusia. Mereka berusaha masuk kedalam dunia konseptual para subjekyang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari – hari.

 Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi (*phenomenological method)* yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut **Stephen W Little John** yang dikutip oleh **Koswara** dalam **Metode Komunikasi** bahwa : “***phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality” (* Little John, 1996:204).**

 Fenomenologi menjadikan pengalaman terhadap yang sesungguhnya sebagai data dasar realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala dan kejadian dipahami melalui pengalaman secara sadar.

 Menurut **Kuswarno** dalam Buku **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

 **Memahami metodelogi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Alfred Schutz. Walaupun pelopor fenomenologi dalam Edmund Husserl. Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, melalui Schutz lah pemikiran – pemikiran Husserl yang disarankan abstrak pada masa itu dapat dimengerti. (Kuswarno, 2009:38).**

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodelogi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz-lah pemikiran atau ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gambling dan mudah dipahami. Kedua, 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 atau tidak.

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

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti harus 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 tehadap dalil ini akan membiasakan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari- hari.

 Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan di dunia kehidupan sehari – hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas , dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang memainkan peran dalam tipikal.

 Menurut **Schutz** dalam Buku **Kuswarno** dalam judul **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

**Tindakan manusia adalah bagian dari posisinya di masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanyalah kamuflase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya. (Schutz:113).**

Konsep “sosial” didefinisikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dan konsep “tindakan” didefinisikan sebagai perilaku yang membantu makna subjektif. Akan tetapi menuru Schutz makna subjekif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individu. Makna subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor manusia yang berperilaku dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”.

 Selain makna “intersubjektif” dunia sosial, menurut Schutz harus dilihat secara historis Oleh karenanya Schutz menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang maupun akan datang.

 Garis besar kerangka pemikiran yang diambil oleh peneliti, berdasarkan dari teori fenomenologi Alfred Schutz. Alfred Schutz, mengemukakan empat unsur pokok fenomenologi sosial yaitu:

1. Perhatian terhadap aktor.
2. Perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah *(natural attitude).*
3. Memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
4. Memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

 Menurut **Kuswarno** dalam Buku **Fenomenologi : Konsepsi, fenomena dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

 **Dalam konteks fenomenologi, para pengguna *Asus Zenfone* adalah aktor yang melakukan tindakan sosial bersama aktor lainnya sehingga memiliki kebersamaan dan kesamaan dalam ikatan makna intersubjektif. Mengikuti pemikiran Schutz, para pengguna *Asus Zenfone* sebagai aktor mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif berorientasi ke masa depan (  *in order to motive )* dan motif berorientasi ke masa lalu (*because motive).* (Kuswarno,2009:111)**

Model komunikasi fenomenologi dapat dilihat pada gambar berikut :

**Gambar 1.1 Bagan Teori Fenomenologi**

**FENOMENOLOGI**

**NOUMENA**

**Sumber : Alfred Schutz tahun 1949**

Menurut **Koentjoro** dalam **Jurnal Ilmiah Psikologi (2009:24)** mengatakan bahwa :

1. **Fenomena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya eksis dan dapat kita jelaskan secara rasional.**
2. **Noumena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya ada, namun belum tentu mampu dijelaskan secara rasional. Hal ini bukan berarti bahwa noumena terseut tidak rasional, namun otak manusia belum mamu menjelaskan secara rasional dan mungkin saja suatu saat noumena menjadi rasional.**

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**FENOMENA PENGGUNAAN *ASUS ZENFONE* DI KALANGAN MAHASISWA BANDUNG**

**FENOMENOLOGI**

**(ALFRED SCHUTZ)**

**PENGGUNAAN *ASUS ZENFONE***

**NOUMENA**

1. **Motif Penggunaan**
2. **Tindakan Pengguna**
3. **Makna Penggunaan**

**Sumber Alfred Schutz 1949, dan Modifikasi Peneliti Tahun 2016**