**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Lingkup Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Kehidupan sehari-hari kita menemukan peristiwa komunikasi dimana-mana. Komunikasi adalah suatu kebutuhan yang fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat, kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Pengertian komunikasi secara *etimologis* berasal dari perkataan latin “communication’ istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Komunikasi menurut ***Rogers*** dan ***D. Lawrence Kincaid*** yang dikutip oleh ***Cangara*** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** berpendapat bahwa :

**“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membunuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.” (1998:20)**

Dari penjelasan diatas, menjelaskan bahwa komunikasi terjadi antara dua orang atau lebih. Proses komunikasi merupakan bentuk dan kegiatan pertukaran pesan atau informasi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Pesan yang disampaikan dapat diterima maksud dan tujuannya, sehingga terbentuk adanya kesamaan makna dan pengertian dari pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi tidak hanya secara satu arah melainkan secara dua arah, yaitu pesan yang disampaikan kepada penerima pesan dapat diterima dan memberikan *feedback* dari pesan yang disampaikan kepada pengirim pesan.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia diseluruh dunia, karena dengan berkomunikasi segala maksud dan tujuan seseorang bisa tercapai. Komunikasi tidak hanya menggunakan kata-kata dari mulut saja namun komunikasi pun bisa dilakukan dengan media dan aspek-aspek lain di luar penggunaan kata-kata yang dihasilkan oleh mulut manusia.

Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau kelompok dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi komunikasi akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama dengan baiknya oleh pihak lain atau penerima pesan tersebut.

Menurut **Little Jhon** yang diikuti oleh **Bungin** dalam buku **Sosiologi Komunikasi,** sebagai salah satu ilmu pengetahuan sosial, ilmu komunikasi adalah :

***Communication as a social science, communication involves understanding how people behave in creating, excanging and interpreting message, Consequently, communication inquiry combines both scientific and humanistic methods* (2007:239)**

Jadi, komunikasi adalah suatu ilmu pengetahuna sosial yang memiliki ciri-ciri berkenaan dengan pemahaman bagaimana orang berperilaku dalam menciptakan, mempertukarkan serta menginterprestasikan pesan-pesan.

**2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

**Lasswell** menjelaskan komunikasi seperti yang dikutip oleh **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,** yaitu

**“Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat dan atau hasil apa? (*who? Says what? In which chanel? To whom? With what effect?)*”(2007:69)**

Penjelasan diatas sudah menjelaskan unsur-unsur yang ada pada komuniksi. Berikut adalah uraian unsur-unsur komunikasi menurut **Lasswell** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** ada 5 unsur, yaitu :

1. **Sumber (source)**

**Nama lain dari sumber adalah *sender*, *communicator, speaker, encoder* atau *originator.* Merupaka pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saj berupa individu, kelompok, organisai, perusahaan bahkan negara.**

1. **Pesan (*message)***

**Merupakan seperangkat symbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagsan atau maksud dari sumber (*source)***

1. **Saluran *(channel, media)***

**Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source)* untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dan cara penyajian pesan.**

1. **Penerima (*receive)***

**Nama lain dari penerima adalah *destination, communicate, decoder, audience, listener,* dan *interpreter* dimana penerima meruoakan orang yang menerima pesan.**

1. **Efek *(effect)***

**Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (2007:72)**

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan kelima unsur ini saling bergantung satu sama lain. Artinya tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi  pengaruh pada jalannya komunikasi.

**2.1.3 Sifat-Sifat komunikasi**

Sifat-sifat komuniksi menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek** adalah sebagai berikut:

1. **Tatap Muka *(face to face)***

**Komunikasi yang dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan teman bicara dimana dalam kegiatan komunikasi ini komunikan dan komunikator sling bertatap muka. Contoh dari konteks komunikasi tatap muka ini adalah komunikasi antar personal, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi.**

1. **Bermedia (*mediate)***

**Komunikasi yang dilakukan dengan cara menggunakan suatu media dimana berkaitan erat dengan penguasaan pengetahuan dan pengguanaan teknologi komunikasi. Contoh dari konteks komunikasi bermedia ini adalah komunikasi masa dan komunikasi media. (2001:32)**

Dari penjelasan diatas kita mengetahui bahwa banyak sifat-sifat komunikasi. Melihat berkembangnya zaman, setiap individu memiliki caranya tersendiri untuk berkomunikasi tergantung pada situasi dan kondisinya.

**2.2 Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Misalnya, masing- masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing – masing dalam percakapan tersebut.

Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada semua serta memahami gagasan, perasaan dan kesan orang lain. Komunikasi tidak hanya mendorong perkembangan kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial apapun.

Menurut Effendy komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan**,**[komunikasi jenis ini dianggap paling efektif](http://jurnal-sdm.blogspot.com/2007/12/faktor-faktor-yang-berkaitan-dengan.html) dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga.

Komunikasi memungkinkan terjadinya kerjasama sosial, membuat kesepakatan-kesepakatan penting dan lain-lain. Individu yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda-beda. Perbedaan ini dapapt mempengaruhi efektifitas sebuah komunikasi. Sangat penting bagi setiap individu untuk memahami simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu bersamaan.

* + 1. **Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal**

[Komunikasi interpersonal](http://tukangbisnis.com/ciri-ciri-komunikasi-interpersonal.html)memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pihak-pihak yang melakukan komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Pihak yang dapat dikatakan melakukan komunikasi interpersonal harus tidak berada dalam jarak jauh melainkan saling berdekatan/*face to face*. Apabila salah satu lawan bicara menggunakan media dalam penyampaian pesan karena perbedaan jarak, itu tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal.
2. Pihak-pihak yang berkomunikasi  mengirim dan menerima pesan secara spontan baik secara verbal maupun non verbal.Di dalam komunikasi interpersonal feed back yang diberikan oleh komunikan biasanya secara spontan begitu juga dengan tanggapan dari komunikator. Dengan respon yang diberikan secara spontan dapat mengurangi kebohongan salah satu lawan bicara dengan cara melihat gerak gerik ketika sedang berkomunikasi.
3. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab  para perserta komunikasi. *Mutual understanding* akan diperoleh dalam komunikasi interpersonal ini, apabila diantara kedua belah pihak dapat menjalankan dan menerapkan komunikasi ini dengan melihat syarat-syarat yang berlaku seperti, mengetahui waktu, tempat dan lawan bicara.
4. Kedekatan hubungan pihak-pihak komunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan  atau respon nonverbal mereka, seperti  sentuhan, tatapan mata  yang ekspresif, dan jarak fisik yang dekat. Kita dapat membedakan seberapa dekat hubungan seseorang dengan lawan bicaranya, hal ini dapat dilihat dari respon yang diberikan. Misalnya kedekatan dalam berkomunikasi antara sepasang kekasih dengan sepasang persahabatan, melalui respon nonverbal kita dapat melihat mereka sepasang kekasih atau hanya teman biasa.

Meskipun setiap orang berhak mengubah topik  dalam pembicaraan, akan tetapi didalam kenyataannya komunikasi antarpersonal bisa saja didominasi oleh satu pihak misalnya komunikasi dosen-murid didominasi oleh dosen, komunikasi suami-istri didominasi oleh suami. Didalam komunikasi interpersonal sering kali kita mengganggap pendengaran dan penglihatan sebagai indera primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam menyampaikan pesan-pesan bersifat intim. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi interpersonal sangat pontensial dalam hal membujuk lawan bicara kita.

Komunikasi interpersonal dikatakan lebih efektif dalam hal membujuk lawan bicara karena tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya serta dapat langsung melihat reaksi dari lawan bicara. Komunikasi interpersonal sering dilakukan oleh semua orang dalam berhubungan dengan masyarakat luas.

* + 1. **Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi ini masih terbagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Komunikasi diadik *(Dyadic communication)*

Komunikasi diadik adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang. Misalkan Anda berkomunikasi dengan seseorang yang Anda temui di jalan. Atau Anda sedang menelpon seseorang yang lokasinya jauh dari Anda.

1. Komunikasi triadik *(Triadic communication)*

Komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelaku komunikasinya terdiri dari tiga orang, yaitu seorang komunikator dan dua orang komunikan.

Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan sepenuhnya, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference*komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi.

* + 1. **Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan, yaitu :

1. Menemukan Diri Sendiri.

Menemukan pribadi atau personal merupakan salah satu tujuan dari komunikasi interpersonal. Jka terlibat dalam rendezvous interpersonal dengan orang lain, Anda belajar sangat banyak mengenai diri sendiri atau orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan peluang kepada setiap orang buat membicarakan apa nan disukai atau seperti apa diri Anda. Mendiskusikan perasaan, tingkah laku, dan pikiran ialah hal nan sangat menarik. Dengan membicarakn diri sendiri dengan orang lain, Anda berarti memberi sumber balikan nan hebat pad perasaan, pikiran, dan tingkah laku.

1. Menemukan Global Luar.

Hanya dengan komunikasi interpersonal, Anda mampu mengerti lebih banyak tentang diri sendiri dan orang lain nan sedang berkomunikasi dengan Anda. Sangat banyak kabar nan bisa diketahui melalui komunikasi interpersonal. Walaupun banyak informasi nan diketahui berasal dari media massa, hal ini justru sering didiskusikan nan pada akhirnya didalami dan dipelajari lewat hubungan interpersonal.

1. Membentuk dan Menjaga Interaksi nan Penuh Arti.

Membentuk dan memelihara interaksi dengan orang lain merupakan salah satu keinginan orang terbesar dalam hidup. Sebagian besar waktu nan Anda habiskan dalam komunikasi interpersonal digunakan buat membentuk dan juga memelihara interaksi sosial dengan orang di sekitar.

1. Mengubah Sikap dan Tingak Laku.

Pada umumnya, setiap orang menggunakan sebagian waktunya buat mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan rendezvous komunikasi interpersonal. Misalnya Anda mungkin saja membeli barang tertentu, melihat film, menulis buku, membaca buku, dan lain-lain. Pada intinya, setiap orang banyak memanfaatkan waktunya terlibat dalam komunikasi interpersonal.

1. Untuk Bermain dan Kesenangan.

Dalam hal ini, bermain meliputi seluruh kegiatan nan memiliki tujuan primer mencari kesenangan, misalnya berdiskusi, bercerita lucu, dan lain-lain. Komunikasi interpersonal seperti ini mampu menciptakan ekuilibrium dalam pikiran nan membutuhkan rileks dari ativitas rutin.

1. Tujuan komunikasi interpersonal nan terakhir ialah untuk membantu.

Para pakar kejiwaan, pakar psikologi, para terapi biasanya memakai komunikasi interpersonal ketika berhasdapan dengan kliennya. Semua orang pun berfungsi membantu orang di sekitarnya dalam hubungan interpersonal sehari-hari, misalnya berkonsultasi dengan teman nan terkena masalah, berkonsultasi tentang pekerjaan, dan lain-lain.

**2.3 *Public Relations***

**2.3.1 Pengertian *Public Relations***

Tidak bisa dipungkiri zaman sekarang ini *public relations* masih sering diperdebatkan oleh para ahli tentang definisi yang pasti. Ketidakpastian tersebut dikarenakan banyaknya definisi *public relations* yang dirumuskan oleh para ahli maupun profesional *public relations* atau humas yang berdasarkan perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian humas atau *public relations* tersebut. Selanjutnya perbedaan latar belakang misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan praktisi (*public relations practicioner).* Adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan public relations atau kehumasan bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi saat ini.

Memahami pengertian *public relations* melalui salah satu atau dua definisi tidaklah mudah, karena semua definisi yang ada mungkin tidak mampu menggambarkan kegiatan *public relations* sesungguhnya. Akan tetapi, jika diperhatikan lebih jauh sejumlah definisi mempunyai persamaan satu sama lain hanya cara pengungkapannya saja yang berbeda.

Salah satu definisi *Public Relations* menurut **Jefkins** dalam bukunya ***“Public Relations”*** mendefinisikan *Public Relations* dalam hubungan pers adalah sebagai berikut :

**Usaha untuk mencapai publikasi atan penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi *Public Relations* dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dan organisasi perusahaan yang bersangkutan. (2003:113)**

Definisi tersebut sangat berkaitan dengan bagaimana membina hubungan antara media dan juga kepentingan proses publikasi tentang berbagai program kerja serta penginformasian pengetahuan kepada khalayak luas, karena fungsi *Public Relations* harus menginformasikan setiap kebijakan atau pemberitaan yang ada agar diketahui oleh masyarakat luas dan lewat bantuan media lah para praktisi *Public Relations* dapat mengabarkan informasi tersebut kepada khalayak luas. Menurut ***The British Institute of Public Relations*** dalam buku ***Public Relations*** karangan ***Jefkins*** adalah sebagai berikut:

***Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (good will) dan saling pengertian antara satu organisasi dengan segenap khalayaknya. (2007:18)**

Definisi di atas berarti *Public Relations* adalah suatu cara yang dilakukan agar mencapai suatu tujuan baik lewat upaya-upaya yang berkesinambungan dan terorganisasi dengan benar antara organisasi dan juga khalayaknya.

Agustus 1978 di Mexico city ada pertemuan yang dihadiri oleh para pakar *Public Relations* menyimpulkan bahwa definisi Public Relations adalah :

**Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi dan rnelaksanakan program terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan public atau umum. (2007:17)**

Definisi tersebut sangat menjelaskan bahwa *Public Relations* berguna sebagai penganalisis kecenderungan yang terjadi dalarn suatu organisasi, bagairnana menyampaikan informasi yang benar terhadap khalayak dengan baik dan berbagai kepentingan yang ada yang harus disampaikan oleh *Public Relations* dalam suatu organisasi.

Soemirat mengutip **Fraser P. Seitel** dalam **bukunya Dasar - Dasar Public Relations** mengemukakan bahwa pada tahun 1975 Yayasan Pendidikan dan Penelitian Public Relations menganalisa 472 definisi dan merangkumnya menjadi satu paragraf yaitu:

***Public Relations is a distinctive management function which help established and maintain mutual line of communication understanding, acceptance and cooperation between and organization and its publics, involves the management of problem or issues, helps management to keep informed on and responsive to public opinion, defines emphasiszesteh responsibility of management to serve the public interest helps management keep abreast of and effectively utilize, serving as and early warning System to help anticipate trend, and uses research and sound and ethical communication techniques as its principles tools. (2004:13)***

Dapat kita lihat bahwa *Public Relations* sangat menunjang dalam pelaksanaan suatu kegiatan di pemerintahan. Tidak hanya bertugas untuk memelihara keharmonisan tetapi juga berfungsi sebagai alat manajernen yang mernbantu dalarn penyempaian informasi dan juga harus tanggap terhadap permasalahan yang terjadi.

**2.3.2 Tugas dan Fungsi Public Relations**

Tugas Public Relations menurut **Frank Jefkins** dalam bukunya **Public Relations edisi kelima** yang dikutip **Seidel** menjabarkannya sebagai berikut:

1. **Menciptakan dan memelihara suatu citra yang baik dan tepat atas perusahaan atau organisasinya, baik yang berkenaan dengan kebijakan-kebijakan, produk, jasa maupun dengan para personelnya.**
2. **Memantau pendapat eksternal mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan, reputasi maupun kepentingan-kepentingan organisasi/perusahaan, dan menyampaikan setiap informasi yang penting langsung kepada pihak manajemen atu pimpinan puncak untuk segera ditanggapi atau ditindak lanjuti.**
3. **Memberi nasihat atau masukan kepada pihak manajemen mengenai berbagai masalah komunikasi yang penting, berikut teknik-teknik untuk mengatasinya.**
4. **Menyediakan berbagai informasi kepada khalayak perihal kebijakan organisasi, kegiatan, prodik, jasa, dan personalia selangkap mungkin demi menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dalam rangka menjangkau pengertian khalayak. (2004:33)**

**Dozier dan Broom** yang dikutip **Ruslan** dalam buku **Manajemen** ***Public Relations* dan Media Komunikasi** mengatakan bahwa fungsi *Public Relations*, yaitu :

1. **Penasehat Ahli (*Expert Presciber*)**

**Seorang praktisi pakar *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*).**

1. **Fasilitator Komunikasi (*Communication fasilitator*)**

**Dalam hal ini praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator datau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diharapkan oleh publiknya.**

1. **Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem solving process fasilitator*)**

**Peranan praktisi *Public Relations* dalam hal pemecahan masalah merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (adviser) hingga mengambil keputusan dalam menghadapi krisis secara rasional dan profesional.**

1. **Teknisi Komunikasi (Communication technician)**

**Perbedaan dengan ketiga hal diatas yaitu, praktisi *Public Relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi saja. (2007:21)**

Definisi tesebut mengandung arti fungsi *Public Relations* selain sebagai praktisi *Public Relations* yang bekerja secara profesional juga harus menjadi penasehat yang memberikan saran, menjadi fasilitator untuk berkomunikasi sebagai pemecah masalah, memberikan saran dan juga masukan serta menjadi penyedia layanan teknis komunikasi. **Bernay** yang dikutip **Ruslan** dalam buku **Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi**, tiga fungsi utama *Public Relations*, yaitu :

1. **Memberikan penerangan kepada masyarakat.**
2. **Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.**
3. **Berupaya untuk menginterpretasikan, sikap dan suatu badan lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya. (2005:18)**

Mematuhi kebijakan tersebut, dikarenakan lewat peran *Public Relations* yang memberi penerangan kepada masyarakat luas. Disini fungsi *Public Relations* adalah memberikan informasi kepada masyarakat luas dengan harapan dapat merubah pandangan, sikap dan perilaku mereka agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh organisasi atau pemerintahan yang diwakilinya.

**2.3.3 Tujuan *Public Relations***

Pada umumnya tujuan *Public Relations* di dalam sebuah organisasi adalah sebagai berikut:

1. Membina hubungan ke dalam (Public internal)

Praktisi Public Relations yang baik akan mengetahui dan mengidentifikasi bagaimana membina hubungan yang baik di dalam suatu organisasi tempat ia bernaung, dengan hal tersebut ia dapat mengenali situasi yang ada di dalam organisasinya.

1. Membina hubungan keluar (Public external)

Praktisi *Public Relations* akan mencari tahu bagaimana cara membina hubungan yang baik dengan masyarakat luas sebagai khalayaknya, dengan cara mengetahui apa yang diinginkan dan juga kritik negatif apa yang ingin masyarakat tujukan kepada organisasinya.

**2.4. *New* Media**

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya teknologi komunikasi yang telah mengimbangi kehebatan media massa yang selama ini menjadi primadona di antara media lainnya sebagai media penyampai dan pertukaran pesan. Kehadiran internet di tengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal munculnya Media Baru (New Media).

Internet menjadi sebuah revolusi dari komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta memberikan banyak kemudahan bagi individu maupun organisasi dalam menyampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih singkat dan memiliki jangkauan luas.

Pakar media baru **Pavlik** dan **McIntosh** dalam **Cutlip, Center & Broom** pada buku ***Effective Public Relations***mengatakan tentang konvergensi media yaitu:

**“Menyatukan telekomunikasi, komputer dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi dan perubahan yang dihasilkan telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komuikasi.” (2007:287**)

Dari pengertian di atas dikatakan bahwa media baru adalah perpaduan anatara telekomunikasi, komptuer dan media dalam bentuk digital. Perpaduan unsur-unsur tersebut telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. Jika dikatakan dengan media massa pesan akan bisa disampaikan secara luas, maka media baru bisa menyiarkan secara lebih luas lagi hingga mampu menembus ruang dan waktu dan tidak hanya sekedar aspek penyiaran yang akan dihasilkan tetapi media baru mampu membentuk sebuah jaringan.

**LittleJhon dan Foss** dalam **bukunya Teori Komunikasi; The Teories of Human Communicatio** menyebutkan bahwa media baru sebagai “media kedua” dan media yang sebelumnya atau media massa adalah sebagai “media pertama” Perbedaan paling dominan antara kedua media tersebut ia membandingkan diantara keduanya dengan memberikan gambaran sebagai berikut :

**Era media pertama digambarkan oleh (1) Sentralisasi Produksi ( satu menjadi banyak); (2) Komunikasi Satu Arah; (3) Kendali Situasi, untuk sebagian besar; (4) Reproduksi Stratifikasi Sosial dan Perbedaan melalui Media; (5) Audien Massa yang Terpecah; (6) Pembentukan Kesadaran Sosial. Era media kedua sebaliknya, dapat digambarkan sebagai : (1) Desentralisasi; (2) Dua Arah; (3) Diluar Kendali situasi; (4) Demokratisasi; (5) Mengangkat Kesadaran Individu; (6) Orientasi Individu. (2009:413)**

Dari rincian di atas dapat disimpulkan bahwa media baru bersifat lebih bebas dibandingkan dengan media sebelumnya dan adanya komunikasi dua arah (interaktif) merupakan hal yang tidak dapat dikendalikan dengan mudah, karena siapa saja bisa masuk menjadi pelaku komunikasi dan antar pelaku komunikasi satu sama lain saling mempengaruhi.

**2.5 Smartphone**

Smartphone adalah telepon genggam yang kemampuannya hampir sama dengan sebuah komputer, seperti dapat mengedit video, membuka file-file dokumen yang berbasis word, powerpoint, dan excel. Dikatakan menyerupai sebuah komputer sebab dilihat dari hardware ia mempunyai ram dan *processor* untuk memproses apa yang diinput para penggunanya.

Perbedaan mendasar antara handphone biasa dengan *smartphone* adalah, jika handphone kita hanya dapat berkomunikasi dan berinteraksi antara orang-orang yang kita kenal, maka *smartphone* kita dapat terhubung dengan orang-orang yang baru kita kenal.Jika handphone digunakan hanya sebatas menelpon dan mengirim pesan, maka smartphone lewat jejaring sosial kita dapat mengunggah foto-foto dan video-video tentang kegiatan sehari-hari kita.

Smartphone merupakan suatu hasil inovasi dari handphone konvensional yang mengalami perkembangan dari sisi teknologi. Kalau dulu kita menggunakan handphone hanya untuk sekedar bertelepon ataupun berkirim pesan singkat sekarang di era smartphone kita tidak hanya bisa melakukan kedua aktivitas di atas ,dengan smartphone di genggaman kita bisa melakukan komunikasi dua arah dengan lawan bicara kita secara tatap muka menggunakan smartphone dan masih banyak fitur-fitur lain yang ditawarkan smartphone antara lain berkirim email, chatting, juga sebagai media untuk aktif bersosialisasi di jejaring sosial seperi twitter, facebook dll.

Fitur-fitur yang ditawarkan oleh pabrikan tersebut semakin menarik perhatian para calon pengguna smartphone,yang menginginkan akses informasi yang tidak terbatas. Dengan smartphone di genggaman akan menjadikan dunia seakan berada di genggaman pengguna .Informasi akan semakin mudah didapatkan melalui adanya teknologi ini , informasi dari belahan dunia manapun bisa diakses melalui alat mungil ini.

**2.5.1 Perkembangan Smartphone**

Smartphone adalah salah satu media teknologi yang paling cepat perkembangannya. Dalam beberapa tahun belakangan, perkembangan smartphone telah mengalami lompatan yang luar biasa dalam aspek apa pun. Terutama aspek hardware, berbagai pabrikan ponsel pintar di seluruh dunia juga telah berhasil melangkah begitu jauh. Bila dianalogikan, maka perkembangan teknologi secara keseluruhan sungguh sangat sulit untuk dibayangkan.

Di indonesia sendiri kita mengenal beberapa brand ternama yang menguasai pasar smartphone , diantaranya :

1. Iphone: Untuk iphone sendiri lebih mengedepankan sisi kemewahan dari smartphone terutama dari tampilan luar dan juga komponen yang ada di dalamnya .Seperti produk-produk apple sebelumnya iphone memiliki keunggulan di sisi design produk yang elegan dan menawarkan kemampuan multimedia yang baik.Iphone memuat ribuan aplikasi untuk games, music, video, social networking, internet dan beragam aplikasi lainnnya yang mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunanya. Keistimewaan iphone sendiri terletak pada kemampuan multimedianya yang handal. Sehingga dapat dikatakan iphone unggul di sisi multimedia player.
2. Blackberry: "Smartphone sejuta umat" mungkin kita sering mendengar istilah ini karena banyaknya orang Indonesia yang menggunakan smartphone jenis ini. Blackberry awal kemunculannya, Blackberry memang seakan mengejutkan pengguna handphone . Desain yang berbeda dari yang lain disertai fitur BBM (Blackberry Messenger) yang hanya terdapat di perangkat ini. Di awal kemunculannya Blackberry merupakan barang mewah yang hanya dimiliki oleh kalangan menengah ke atas, namun seiring berjalannya waktu harga smartphone ini pun semakin bisa dijangkau semua kalangan. Fitur BBM merupakan faktor pendongkrak mewabahnya pengguna Blackberry di Indonesia .
3. Android: Android mencoba menarik pasar dengan fitur yang mirip iphone dan juga keunggulan lainnya yaitu android hadir dengan platform open source yang memberikan akses kepada para developer untuk dapat bebas menciptakan aplikasi untuk smartphone ini. Mungkin inilah yang menjadi keunggulan android di mana pengguna bebas mengutak-atik smartphone miliknya.

**2.5.2 *Android***

Android adalah sebuah sistem operasi atau OS yang berdasar pada Linux dan didesain atau dirancang untuk perangkat layar sentuh, misalkan saja tablet atau ponsel pintar. Android pada awal mulanya muncul karena dikembangkan oleh Android, Inc yang menerima suppot finansial sepenuhnya dari Google. Pada tahun 2005 Google membelinya.

Pada tahun 2007 adalah awal mula perkembangan Android. Pada masa itu, OS tersebut diluncurkan yang dibarengi dengan pendirian Open Handset Alliance, merupakan konsorsium dari sejumlah perusahaan piranti lunak serta keras dan telekomunikasi. Tujuannya, aliansi ini ingin memajukan standarisasi terbuka perangkat Android.

Android mengadopsi tindakan manusia laiknya di dunia nyata, seperti aktivitas mengetuk, mencubit, menggesek, serta menggaruk. Kesemuanya ini hadir lewat aktivitas “manipulasi” di bagian layar Android. Di bawah Lisensi Apache, Google membuat Android menjadi sistem operasi terbuka. Ini memungkinkan perangkat lunak memodifikasinya termasuk pendistribusiannya.

**2.5.3 Jenis – jenis *Android***

Android memiliki beberapa jenis sistem perangkat lunak yang dijalankannya yaitu :

1. *Froyo* (2.2, 20) diperkenalkan pada Mei 2010

2.*Gingerbread* (2.3.3 – 2.3.7) diperkenalkan pada 9 Februari 2011

1. *Ice Cream Sandwich* (4.0.3 – 4.0.4) diperkenalkan pada 16 Desember 2011
2. *Jelly Bean* (4.1.x – 4.3.x) diperkenalkan pada 9 Juli 2012
3. *Kitkat* (4.4.0 – 4.4.4) diperkenalkan pada 31 Oktpber 2013
4. *Lollipop* (5.0.0 – 5.0.2) diperkenalkan pada 2 November 2014
5. *Marshmallow* (6.0.0 – x.x.x) diperkenalkan pada 19 Agustus 2015

**2.6 Fenomenologi**

**2.6.1 Sejarah Fenomenologi**

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.

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 istilah 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. Keempat 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.

**2.6.2 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 pengelaman** (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.

**2.7 *Asus Zenfone***

Asus ZenFone adalah serangkaian model dari [smartphone](https://id.wikipedia.org/wiki/Smartphone) [Android](https://id.wikipedia.org/wiki/Android) yang berasal dari Tiongkok, dipasarkan dan diproduksi oleh brand [Asus](https://id.wikipedia.org/wiki/Asus). ZenFone.menggunakan.prosesor.Intel.Clovertrail+.dan [Android](https://id.wikipedia.org/wiki/Android) 4.3.Jelly.Bean.   
 Asus Zenfone terkenal di belahan dunia oleh kualitasnya yang tidak usah diragukan lagi. Konsumen sudah memiliki sudut pandang yang positif pada brand Asus baik itu laptop, komputer, tablet, handphone maupun barang elektronik lainnya. Dibuatnya Zenfone oleh Asus selain untuk menandingi vendor smartphone berbasis android lainnya yaitu untuk membantu para konsumen yang memiliki *budget* kurang tetapi tetap ingin mengikuti jaman yang semakin hari semakin maju karena semua orang butuh yang namanya perkembangan khususnya teknologi.

Produk Asus Zenfone sendiri menawarkan harga dengan spesifikasi yang sangat menarik sehingga para konsumen tidak kecewa dan akan terus mengikuti jaman melalui Asus Zenfone. Smartphone Asus Zenfone memiliki nilai khusus dari fitur – fitur canggih yang ada di dalamnya seperti tampilan tatap muka atau *interface* dan dari segi fisik yang memiliki tampilan premium dikelasnya sehingga konsumen pun merasa bangga menggunakan Asus Zenfone.

**2.8 *Asus ZenUI***

ZenUI adalah sebuah UI (User Interface) atau tampilan antarmuka *custom* yang dirancang khusus oleh ASUS untuk lini produk smartphone Android mereka saat ini yakni Zenfone. UI ini memiliki tampilan yang bisa dibilang cukup apik dan memiliki perbedaan yang cukup jauh jika dibandingkan dengan UI asli milik Android ataupun UI dari vendor lainnya. Konsep desain dari tampilan ini adalah Flat UI yakni tampilan sederhana namun elegan dan enak dipandang.

Perbedaan yang paling mencolok antara tampilan ZenFone dengan perangkat Android lainnya adalah dari segi Lock Screen (tampilan layar ketika dalam keadaan mengunci) quick panel (panel pengaturan cepat) serta berbagai widget yang dimilikinya. Tampilan yang khas ini seakan memberikan pengalaman yang berbeda bagi para penggunanya.

**2.9 Definisi Perilaku**

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2007).

Menurut **Skinner**, seperti yang dikutip oleh **Notoatmodjo** dalam buku **Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku** , merumuskan bahwa:

**“Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons, maka teori Skinner ini disebut teori “S-O-R” atau *Stimulus – Organisme – Respon*.(Notoatmodjo,2007)**

**2.9.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku**

Menurut **Lawrence Green** yang dikutip **Notoatmodjo** dalam buku **Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku**, faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku, antara lain :

* + - * 1. **Faktor predisposisi (predisposing *factor*), yang terwujud dalam pengetahuan, sikap, kepercayaan, keyakinan, nilai – nilai dan sebagainya.**
        2. **Faktor pendukung (*enabling factor*), yang terwujud dalam lingkungan fisik, tersedia atau tidak tersedianya fasilitas – fasilitas atau sarana – sarana kesehatan, misalnya puskesmas, obat – obatan, alat – alat steril dan sebagainya.**
        3. **Faktor pendorong (*reinforcing factor*) yang terwujud dalam sikap dan perilaku petugas kesehatan atau petugas lain, yang merupakan kelompok referensi dari perilaku masyarakat.**

**2.9.2 Perilaku Sosial**

Perilaku sosial adalah suasana saling ketergantungan yang merupakan keharusan untuk menjamin keberadaan manusia (Rusli Ibrahim, 2001). Perilaku sosial juga identik dengan reaksi seseorang terhadap orang lain (Baron & Byrne, 1991 dalam Rusli Ibrahim, 2001). Perilaku itu ditunjukan dengan perasaan, tindakan, sikap keyakinan, atau rasa hormat terhadap orang lain. Perilaku sosial seseorang merupakan sikap relatif untuk menanggapi orang lain dengan cara yang berbeda – beda.

Baron dan Byrne berpendapat bahwa ada empat kategori utama yang dapat membentuk perilaku sosial seseorang, yaitu :

Perilaku dan karakteristik orang lain

Jika seseorang lebih sering bergaul dengan orang – orang yang memiliki karakter santun, ada kemungkinan besar ia akan berperilaku seperti kebanyakan orang – orang berkarakter santun dalam lingkungan pergaulannya. Sebaliknya, jika ia bergaul dengan orang – orang berkarakter sombong, maka ia akan terpengaruh oleh perilaku seperti itu.

* + - 1. Proses kognitif

Ingatan dan pikiran yang memuat ide – ide, keyakinan dan pertimbangan yang menjadi dasar kesadaran seseorang akan berpengaruh terhadap perilaku sosialnya.

* + - 1. Faktor lingkungan

Latar budaya sebagai tempat perilaku dan pemikiran sosial itu terjadi seseorang yang berasal dari etnis budaya tertentu mungkin akan terasa berperilaku sosial aneh ketika berada dalam lingkungan masyarakat yang beretnis budaya lain atau berbeda.

.

**2.10 Media Sosial**

Media sosial (*Social Media)* 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. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

              Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Instagram,Path dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpertisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

**2.11 Eksistensi Diri**

Sebuah ungkapan yang barangkali sudah sering kita dengar “*Cogito Ergo Sum*”,(saya berfikir maka saya ada) bila kita berbicara mengenai eksistensi diri seseorang. Itulah ungkapan yang keluar dari seorang filsuf Perancis Rene Descartes. Bagi peneliti, eksistensi diri itu penting untuk dipertanyakan pada diri kita. Untuk peneliti, eksistensi diri adalah manifestasi dari kualitas diri, seseorang tidak akan diakui eksistensinya apabila ia tidak memiliki kualitas yang secara mencolok berbeda atau lebih dari orang lain. Bukan asal berbeda tetapi juga berkualitas. Anak Baru Gede atau biasa disebut ABG biasanya akan mencari ekspresi untuk menunjukkan bahwa ia bukan anak-anak lagi. Mereka ingin diakui eksistensinya sebagai anak yang sudah dewasa dengan ekspresi yang kadang aneh.

Sesungguhnya eksistensi adalah sesuatu yang inherent pada diri seseorang. Tidak usah menonjol-nonjolkan diri kalau memang memiliki kelebihan maka orang lain akan mengakui kelebihan tersebut. Tinggal bagi kita sekarang akan diarahkan kemana diri kita. Orang yang berorientasi pada materi tentu akan sibuk mengejar materi untuk menunjukkan eksistensi dirinya yang diukur dengan uang. Orang yang berorientasi pada karier tentu akan disibukkan dengan aktivitas yang menunjang karirnya.

Orang berkomunikasi untuk menunjukan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataaan eksistensi diri. Ketika kita berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada. Bila kita berdiam diri, orang lain akan mempermalukan kita seolah olah kita tidak eksis. Contoh sederhana dalam konsep eksistensi diri jika dalam pengamatan bahwa bila ada seorang anggota kelompok diskusi tidak berbicara sama sekali dan memilih diam, orang lain akan segera menganggap si pendiam tersebut tidak ada sama sekali. Anggota lain tidak meminta si pendiam tersebut untuk berbicara atau menyampaikan pendapatnya. Apabila si pendiam tersebut tiba-tiba memutuskan untuk berbicara, maka anggota lain akan menganggap si pendiam itu pengganggu. Jadi ketika seseorang ingin dianggap keberadaannya baik pada orang lain ataupun kepada kelompok yang ada disekitarnya.

Melalui komunikasi, manusia dapat mengalami kualitas dari eksistensi yang ingin mereka dapatkan. Manusia tidak mengenal makna pelecehan dan akan merasa di hargai jika melakukan komunikasi. Dengan komunikasi seseroang dapat memenuhi kebutuhan emosional dan intelektual, sehingga akan dianggap eksis.

Hal ini berlaku juga di dunia maya. Seseorang akan dianggap eksis ketika dirinya berperan aktif di dunia maya, dalam hal ini di jejaring sosial pada khususnya.