

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial yang harus selalu berkomunikasi dengan manusia lainnya. Manusia hidup dalam kelompok-kelompok dan bersosialisasi dengan lingkungannya. Manusia tidak terlepas dari sebuah hubungan sosial satu sama lain maupun antar kelompok. Dalam kehidupan yang demikian itu manusia memiliki suatu cara untuk berinteraksi, yaitu dengan berkomunikasi. Arti komunikasi terus berkembang, cara-cara berkomunikasi pun berkembang, tetapi tetap pada tujuan yang sama, yaitu untuk mencapai hasil yang diharapkan, bahwa informasi yang disampaikan oleh komunikator harus sampai pada komunikan.

Istilah komunikasi berasal dari perkataan dalam bahasa Latin “*Communicatio*” yang berarti pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Istilah *communication* tersebut bersumber pada kata “*communis*” yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberikan perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi sebagaimana yang dikutip oleh **Canggara** dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi*, yaitu : “**komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka**”. (2010:20).

Memahami pengertian komunikasi diperlukan agar komunikasi yang dilakukan dapat tersampaikan secara efektif, **Effendy** dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh **Harold Lasswell** dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma **Lasswell** di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu,yaitu:

1. **Komunikator (siapa yang mengatakan?)**
2. **Pesan (mengatakan apa?)**
3. **Media (melalui saluran/ channel/media apa?)**
4. **Komunikan (kepada siapa?)**
5. **Efek (dengan dampak/efek apa?).**

Berdasarkan paradigma **Lasswell** tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

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).

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Dinamika Komunikasi** bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang di cakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.**
- b. **Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.**
- c. **Komunikan : Orang yang menerima pesan.**

- d. **Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.**
- e. **Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan.(2002:6)**

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:

- a. **Komunikasi verbal : Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam 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**
- b. **Komunikasi non verbal : Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal)**
- c. **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 nonverbal 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 nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal.

2.1.3. Fungsi Komunikasi

Mulyana dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengutip kerangka berpikir **William I. Gordon** mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian.

“Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (communication event) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan. Berikut adalah fungsi-fungsi dari komunikasi:

a. Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, serta terhindar dari tekanan. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Sementara, pernyataan eksistensi diri adalah orang yang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

b. Fungsi Komunikasi *Ekspresif*

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal. Contohnya, ketika kita menceritakan suatu peristiwa tertentu, terkadang ekspresi terlibat dalam setiap proses pemberian informasi. Sehingga, hal ini menyebabkan sesuatu yang disebut komunikasi yang ekspresif, dimana melibatkan mimik wajah gerak tubuh, serta bahasa tubuh kita saat berekspresi.

c. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

d. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu sebagai berikut : 1) menginformasikan, 2) mengajar, 3) mendorong, 4) mengubah sikap dan keyakinan, 5) mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan (persuasif) dan 6) untuk menghibur. Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi.”(Mulyana, 2007: 5)

Sementara, **Rudolph F. Verderber** mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. Fungsi pertama, fungsi sosial yakni bertujuan untuk kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.

2.1.4 Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi menurut **Effendy** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi** mengatakan bahwa komunikasi antarpersonal adalah :

“Komunikasi antara dua orang atau lebih dapat berlangsung dengan dua cara yaitu bertatap muka (*face to face*) dan bermedia (*Mediated Communication*)”.(1999:160)

Komunikasi antarpersonal merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain. Ini berarti komunikasi dikaitkan dengan pertukaran pesan atau informasi yang bermakna diantara orang yang berkomunikasi dapat terjalin. Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut **Reardon (1987)** dalam **Liliweri** komunikasi antarpersonal mempunyai enam ciri yaitu :

- a. Dilaksanakan karena adanya berbagai faktor pendorong.
- b. Berakibat sesuatu yang disengaja maupun yang tidak disengaja.
- c. Kerap kali berbalas-balasan.
- d. Mempersyaratkan adanya hubungan (paling sedikit dua orang) antarpersonal.
- e. Suasana hubungan harus bebas, bervariasi, dan adanya keterpengaruhannya.
- f. Menggunakan berbagai lambang-lambang yang bermakna.(1991:13)

Selain terjadinya komunikasi antarpersonal itu secara spontan, sambil lalu, tidak mempunyai tujuan yang telah disepakati maka ciri berikutnya adalah peristiwa komunikasinya terjadi secara kebetulan di antara peserta yang tidak mempunyai identitas.

Effendy dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

- a. **Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak**
- b. **Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah ke barat tapi kita memberikan jakur ke timur.**
- c. **Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.**
- d. **Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy. 1993: 18)**

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang sama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

Komunikasi antar personal suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pemaknaan berpusat pada diri kita, artinya dipengaruhi oleh pengalaman dan pengamatan kita.

Hull dalam (Liliweri) **Komunikasi Antar Personal** mengemukakan teorinya, yaitu:

“Bahwa suatu *kebutuhan* atau “keadaan terdorong” (oleh motif, tujuan, maksud, aspirasi, ambisi) harus ada dalam diri seseorang yang belajar, sebelum suatu respon dapat diperkuat atas dasar *pengurangan kebutuhan itu*”.(1991-108)

Prinsip yang utama adalah suatu kebutuhan atau motif harus ada pada seseorang sebelum belajar itu terjadi dan bahwa apa yang dipelajari itu harus diamati oleh orang yang belajar sebagai sesuatu yang dapat mengurangi kekuatan kebutuhannya atau memuaskan kebutuhannya.

2.1.5 Komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok merupakan komunikasi diantara sejumlah orang (kelompok kecil berjumlah 4-20 orang, kelompok besar 20-50 orang). partisipan komunikasi semakin bertambah dibandingkan dengan komunikasi antar pribadi. Dalam komunikasi kelompok umpan balik masih berlangsung cepat, terutama pada kelompok kecil. Adaptasi pesan masih bersifat khusus, namun tujuan/maksud komunikasi masih tidak berstruktur.

2.2 Fenomenologi

2.2.1 Sejarah Perkembangan Fenomenologi

Secara etimologis, fenomenologi berasal dari kata Yunani, *phainomenon* yang merujuk pada arti “yang menampak”. Fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Sehingga, suatu objek ada dalam relasi kesadaran.

Dewasa ini, fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi (*human phenomena*) tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakannya.

Fenomenologi sebagai salah satu cabang filsafat pertama kali dikembangkan di universitas-universitas Jerman sebelum Perang Dunia I, khususnya oleh Edmund **Husserl**, yang kemudian dilanjutkan oleh Martin Heidegger dan yang lainnya, seperti Jean Paul Sartre. Selanjutnya Sartre memasukkan ide-ide dasar fenomenologi dalam pandangan eksistensialisme. Adapun yang menjadi fokus eksistensialisme adalah eksplorasi kehidupan dunia mahluk sadar atau jalan kehidupan subjek-subjek sadar. **Natanton** (dalam Mulyana) dalam buku berjudul **Metode Penelitian Kualitatif** mengatakan bahwa :

“Fenomenologi merupakan istilah generik yang merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap bahwa kesadaran manusia dan makna subjektif”.(2002:59)

Fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan yang menjadi dasar pengetahuan empiris atau penampakan yang diterima secara inderawi. Istilah tersebut diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert. Sesudah itu, filosof Immanuel Kant mulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya. Pada tahun 1889, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif, dimana menjadi awalnya Edmund **Husserl** mengambil istilah fenomenologi dalam penelitiannya.

Fenomenologi bagi **Husserl** adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi tentang tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan tindakan sadar. Namun, pemikiran **Husserl** tersebut masih membutuhkan penjelasan yang lebih lanjut khususnya mengenai “model kesengajaan”. Pada awalnya, **Husserl** mencoba untuk mengembangkan filsafat radikal atau aliran filsafat yang menggali akar-akar pengetahuan dan pengalaman. Hal ini didorong oleh ketidakpercayaan terhadap aliran positivistik yang dinilai gagal memanfaatkan peluang membuat hidup lebih bermakna karena tidak mampu mempertimbangkan masalah nilai dan makna. Fenomenologi berangkat dari pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang dari suatu objek yang tampak namun berusaha menggali makna di balik setiap gejala tersebut.

Pada tahun-tahun berikutnya, pembahasan fenomenologi berkembang tidak hanya pada tataran “kesengajaan”, namun juga meluas kepada kesadaran sementara, intersubjektivitas, kesengajaan praktis, dan konteks sosial dari tindakan manusia. Tulisan-tulisan **Husserl** memainkan peran yang amat besar dalam hal ini.

Saat ini fenomenologi dikenal sebagai suatu disiplin ilmu yang kompleks, karena memiliki metode dan dasar filsafat yang komprehensif dan mandiri. Fenomenologi juga dikenal sebagai pelopor pemisah antara ilmu sosial dari ilmu alam, yang mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran yang dinamakan dengan “kesengajaan” oleh **Husserl**. Struktur kesadaran dalam pengalaman pada akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari penampakkannya.

Seperti yang disebutkan **Moeliong** dalam buku **Metodologi Penelitian Kualitatif** yang ditekankan oleh kaum fenomenologis adalah aspek subjektif dari perilaku orang.

“Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dan kehidupannya sehari-hari.”(Moleong, 2001:9)

Keterlibatan subyek peneliti di lapangan dan penghayatan fenomena yang dialami menjadi ciri utama. Seperti dikatakan **Moleong** bahwa **“Pendekatan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu.” (1988:7-8).**

Mereka berusaha untuk masuk ke dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dan kehidupannya sehari-hari. Makhluk hidup tersedia berbagai cara untuk menginterpretasikan pengalaman melalui interaksi dengan orang lain, dan bahwa pengertian pengalaman kitalah yang membentuk kenyataan. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu.

Diungkapkan oleh Creswell bahwa **“Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji.”**(Creswell, 1998:54).

Mulyana menyebutkan **“pendekatan fenomenologi termasuk pada pendekatan subjektif atau interpretif”**.(Mulyana, 2001:59).

Lebih lanjut Marice Natanson dikutip oleh Mulyana mengatakan bahwa

“Istilah fenomenologi dapat digunakan sebagai istilah generik untuk merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna objektifnya sebagai fokus untk memahami tindakan sosial.”(Mulyana, 2001:20-21)”

2.2.2. Fenomenologi sebagai Metode Penelitian

Memahami fenomena sebagaimana adanya merupakan usaha kembali kepada sebagaimana penampilannya dalam kesadaran. Usaha kembali pada fenomena tersebut memerlukan pedoman metodik. Tidak mungkin untuk melukiskan fenomena-fenomena sampai pada hal-hal yang khusus satu demi satu. Yang pokok adalah menangkap hakekat fenomena-fenomena. Oleh karena itu metode tersebut harus dapat menyisihkan hal-hal yang tidak hakiki, agar hakekat ini dapat menungkap diri sendiri. Sebagaimana dikutip dari **Husserl** dalam **Basuki** bahwa fenomenologi **Bukan suatu abstraksi melainkan intuisi mengenai hakekat sesuatu**(Basuki, 2006:72).

Peneliti yang menggunakan metode fenomenologi akan memperlakukan realitas sebagai konstruksi sosial kebenaran. Realitas juga dipandang sebagai sesuatu yang sifatnya relatif, yaitu sesuai dengan konteks spesifik yang dinilai relevan oleh para actor sosial.

Secara epistemologi, ada interaksi antara peneliti dan subjek yang diteliti. Sementara itu dari sisi aksiologis, peneliti akan memperlakukan nilai, etika, dan pilihan moral sebagai bagian integral dari penelitian. Peneliti merupakan fasilitator yang menjembatani keragaman subyektivitas pelaku sosial dalam rangka merekonstruksi realitas sosial.

Sebagai metode penelitian, fenomenologi adalah cara membangun pemahaman tentang realitas. Pemahaman tersebut dibangun dari sudut pandang para aktor sosial yang mengalami peristiwa dalam kehidupannya. Pemahaman yang dicapai dalam tataran personal merupakan konstruksi personal realitas atau konstruksi subyektivitas.

Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif yang memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah sesuatu tindakan kreatif yakni tindakan menuju pemaknaan.

Fenomenologi yang diformulasikan oleh **Husserl** pada permulaan abad ke-20 menekankan dunia yang menampilkan dirinya sendiri kepada kita sebagai manusia. Tujuannya adalah agar kembali ke bendanya sendiri sebagaimana mereka tampil kepada kita dan mengesampingkan atau mengurung apa yang telah kita ketahui tentang mereka. Dengan kata lain fenomenologi tertarik pada dunia seperti yang dialami manusia dengan konteks khusus, pada waktu khusus, lebih dari pernyataan abstrak tentang kealamiahannya dunia secara umum.

Fenomenologi menurut **Husserl**, yang dikutip **Engkus** dalam bukunya **Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya** menyatakan :

“Secara metodologis, fenomenologi bertugas untuk menjelaskan *things in themselves*, mengetahui apa yang masuk sebelum kesadaran, dan memahami makna dan esensi-nya, dalam intuisi dan refleksi diri.” (2009:40).

Berikut ini dikemukakan tahapan-tahapan penelitian fenomenologi dari **Husserl** :

Berasal dari bahasa Yunani yang berarti “menjauh dari” dan “tidak memberikan suara”. **Husserl** menggunakan epoche untuk term bebas dari prasangka. Dengan epoche kita menyampingkan penilaian, bias, dan pertimbangan awal yang kita miliki terhadap suatu objek. Dengan kata lain,

- a. Epoche**, epoche adalah pemutusan hubungan dengan pengalaman dan pengetahuan yang kita miliki sebelumnya. Oleh karena epoche memberikan cara pandang yang sama sekali baru terhadap objek, maka dengan epoche kita dapat menciptakan ide, perasaan, kesadaran, dan pemahaman yang baru. Epoche membuat kita masuk ke dalam dunia internal yang murni sehingga memudahkan untuk pemahaman akan diri dan orang lain. Dengan demikian tantangan terbesar ketika melakukan epoche adalah terbuka atau jujur terhadap diri sendiri. Segala sesuatu yang berhubungan dengan orang lain, seperti persepsi, pilihan, penilaian, dan perasaan orang lain harus dikesampingkan juga. Hanya persepsi dan tindakan sadar kitalah yang menjadi titik untuk menemukan makna, pengetahuan, dan kebenaran.

- b. Reduksi Fenomenologi,** Ketika epoche adalah langkah awal untuk memurnikan objek dari pengalaman dan prasangka awal, maka tugas dari reduksi fenomenologi adalah menjelaskan dalam susunan bahasa bagaimana objek itu terlihat. Tidak hanya dalam term objek eksternal, namun juga kesadaran dalam tindakan internal, pengalaman, dan ritme. Fokusnya terletak pada kualitas dari pengalaman, sedangkan tantangan ada pada pemenuhan sifat-sifat alamiah dan makna dari pengalaman. Reduksi akan membawa kita kembali pada bagaimana kita mengalami sesuatu. Memunculkan kembali asumsi awal dan mengembalikan sifat-sifat alamiahnya. Reduksi fenomenologi tidak hanya sebagai cara untuk melihat, namun juga cara untuk mendengar suatu fenomena dengan kesadaran dan hati-hati. Singkatnya reduksi adalah cara untuk melihat dan mendengar fenomena dalam tekstur dan makna aslinya.
- c. Variasi imajinasi,** Tugas dari variasi imajinasi adalah mencari makna-makna yang mungkin dengan memanfaatkan imajinasi, kerangka rujukan, pemisahan dan pembalikan, serta pendekatan terhadap fenomena dari perspektif, posisi, peranan, dan fungsi yang berbeda. Tujuannya tiada lain untuk mencapai deskripsi struktural dari sebuah pengalaman. Target dari fase ini adalah makna dan bergantung dari intuisi sebagai jalan untuk mengintegrasikan struktur ke dalam esensi fenomena. Dalam berpikir imajinatif, kita dapat menemukan makna-makna potensial yang dapat membuat sesuatu yang asalnya tidak terlihat menjadi terlihat jelas.

Membongkar hakikat fenomena dengan memfokuskannya pada kemungkinan-kemungkinan yang murni adalah inti dari variasi imajinasi.

- d. Sintesis makna dan esensi,** Merupakan tahap terakhir dalam penelitian fenomenologi. Fase ini adalah integrasi intuitif dasar-dasar deskripsi tekstural dan struktural ke dalam satu pernyataan yang menggambarkan hakikat fenomena secara keseluruhan. **Husserl** mendefinisikan esensi sebagai sesuatu yang umum dan berlaku universal, kondisi atau kualitas menjadi sesuatu tersebut. Esensi tidak pernah terungkap secara sempurna. Sintesis struktural yang fundamental akan mewakili esensi ini dalam waktu dan tempat tertentu, dan sudut pandang imajinatif dan studi reflektif seseorang terhadap fenomena.

Kuswarno dalam bukunya **Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** mengutip pandangan **Husserl** tentang fenomenologi, dimana **Husserl** mempersentasikan “**Fenomenologi sebagai belokan transedental dan pencariannya ini mengantarkannya pada metode *epoche* (dari bahasa Yunani, yang artinya menjauh dari percaya) (2009:10)**”. Pemahamannya diawali dengan upaya menyimpulkan sesuatu dari setiap prasangka terhadap realitas.

Menempatkan fenomena dalam tanda kurung, maka perhatian bertarti ditempatkan dalam struktur pengalaman sadar, kata kuncinya adalah membedakan apakah kesadaran tersebut bagian dari kesengajaan atau karena terhubung

langsung dengan sesuatu. Hal ini dinamakan **Husserl** dengan pengertian *noumena* dan *nouematic* dari pengalaman.

Husserl menemukan adanya esensi kesadaran yang disebut intensionalitas. Setiap aktivitas intensionalitas (*neotic*) termasuk aktivitas yang menyadari sesuatu. Pengertian kesadaran selalu dihubungkan dengan kutub objektifnya, yakni objek yang disadari. Fenomenologi **Husserl** pada prinsipnya bercorak idealistik karena menyerukan untuk kembali kepada sumber asli pada diri subjek dan kesadaran. Konsep **Husserl** tentang “aku transendental” dipahami sebagai objek absolut, yang seluruh aktivitasnya adalah menciptakan dunia. Pokok-pokok pikiran **Husserl** mengenai fenomenologi yang diikuti **Kuswarno** dalam buku **Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian**, adalah:

- a. **Fenomena adalah realitas sendiri yang tampak.**
- b. **Tidak ada batas antara subjek dengan realitas.**
- c. **Kesadaran bersifat intesional.(2009;12)**

Dua jenis realitas sosial dalam fenomenologi, yakni fenomena dan noumena. Menurut **Koetarjo** dalam **Jurnal Ilmiah Psikologi (2009:24)** mengatakan:

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, realitanya ada, namun belum mampu dijelaskan secara rasioanal. Hal ini bukan berarti bahwa noumena tersebut tidak rasional, namun otak manusia belum mampu menjelaskan secara rasional; dan mungkin saja suatu saat neoumena akan menjadi rasional.**

2.3 Komunitas

Komunitas adalah sekumpulan orang yang mempunyai ikatan emosional yang sama. Komunitas bermula dari beberapa kesamaan misalkan kesamaan nasib, tujuan, kesukaan, atau favorit dan lain-lain.

Menurut **Soenarno** dalam buku **Pengantar Sosiologi** menyatakan bahwa :

“Komunitas adalah sebuah indentifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional”. (2002: 21)

Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Soekanto dalam buku **Sosiologi Suatu Pengantar** menyatakan bahwa :

“Apabila anggota-anggota suatu kelompok baik itu kelompok besar ataupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga mereka merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup utama, maka kelompok tadi dapat disebut masyarakat setempat”.(1990:30)

Bahwa masyarakat setempat (*community*) adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang ditandai oleh suatu derajat hubungan sosial yang tertentu. Dasar-dasar dari masyarakat setempat adalah lokalitas dan perasaan semasyarakat setempat.

2.3.1 Komunitas Nmax

Komunitas Yamaha nmax yang peneliti pilih dalam penelitian ini adalah komunitas Yamaha Nmax atau dikenal juga dengan sebutan “*Bandung Nmax Community (BNC)*”. “*Bandung Nmax Community (BNC)*” didirikan oleh sekelompok penggemar Nmax di kota Bandung pada tahun 2015. Belokasi di Jalan Taman Sari No. 46 Bandung, “*Bandung Nmax Community (BNC)*” saat ini sudah beranggotakan hingga lebih dari 600 orang penggemar dan pengemudi kendaraan Nmax yang terdiri dari berbagai latar belakang profesi dan usia.

2.4 Gaya Hidup

Gaya hidup adalah relatif tidak ada seorangpun memiliki gaya hidup sama dengan lainnya. Ideologi diambil dari kata “*ideas*” dan “*logos*” yang berarti buah pikiran murni dalam kehidupan. Gaya hidup dan ideologi berkembang sesuai dengan tempat, waktu dan situasi.

Sebagai penggerak utama tingkah laku individu untuk dapat memberi arti kehidupan dan menetapkan serta membuat alat untuk mencapainya individu memilih gaya hidup. Sunaryo dalam buku **Psikologi** mengatakan bahwa :

“Gaya hidup adalah suatu bentuk kompensasi terhadap kurang sempurnaan tertentu atau prinsip yang di pakai untuk memahami tingkah laku individu. Setiap perilaku individu membawa gaya hidupnya sendiri, seperti berangan-angan, berpikir, bertindak dalam gayanya sendiri yang khas”. (2004 : 109)

Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan

pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.

Menurut **Hair dan McDaniel** dalam (Simamora) dalam buku **Panduan Riset Perilaku Konsumen** mengatakan bahwa :

“Cara hidup, yang diidentifikasi melalui aktivitas seseorang, minat, dan pendapat seseorang. Penilaian gaya hidup dapat dilakukan melalui analisa psychografi. Psychografi merupakan teknik analisis untuk mengetahui gaya hidup konsumen sehingga dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik gaya hidupnya”. (2002 : 28)

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga di dunia sekitarnya. Perubahan gaya hidup membawa implikasi pada perubahan selera (selera pria dan wanita berbeda), kebiasaan dan perilaku pembelian. perubahan lain yang terjadi adalah meningkatnya keinginan untuk menikmati hidup.

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Gaya hidup dapat disimpulkan sebagai pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua yaitu secara demografis dan psikografis.

Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen.

2.5 Kepuasan

Rasa kepuasan tidak bisa dilihat oleh kasat mata, sebab itulah rasa puas hanya akan didapat oleh tiap-tiap individu. Setiap individu pun memiliki kadar kepuasan yang berbeda-beda. Jika dicermati secara mendalam, para informan yang telah diteliti rata-rata mengungkapkan kepuasan yang didapatkan dari *lifestyle* mereka sebagai anggota komunitas Nmax. Dengan kategori-kategori yang diarahkan terhadap sosok yang eksis dilingkungannya, menguasai berbagai seluk beluk seputar kendaraan Nmax berikut modifikasinya, mendapatkan *link* dan teman baru dari segala penjuru, membuat para narasumber puas dengan apa yang mereka jalani.

Perkembangan berbagai *trend* yang sekarang ini muncul, menjadikan langkah-langkah menuju kepuasan mereka pun semakin mudah. Seperti contohnya trend *fashion* (pakaian), *gadget* (alat komunikasi), serta demam media sosial, menjadikan para pelaku *lifestyle* Nmax beranggapan bahwa *trend-trend* tersebut menjadi unsur pendukung untuk menuju kepuasan mereka dalam menjalani suatu *lifestyle*.