**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Lingkup Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal ari bahasa latin atau *communication* dan bersumber dari kata yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Dalam pengertian komunikasi, **Hovland** (dalam Effendy) dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengatakan bahwa komunikasi adalah :

**Proses mengubah perilaku orang lain. Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan mendapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini dapat terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif (2001 : 10)**

Pengertian komunikasi juga datang dari **Everett M. Rogers** yang dipaparkan oleh **Candra** dalam buku karyanya **Pengantar Ilmu Komunikasi** yang menyatakan bahwa komunikasi adalah :

**Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan masuk untuk mengubah tingkah laku mereka** (**1998 : 19**)

Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh para pakar komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila ada seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

 Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas misalnya komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

**2.1.2 Unsur – Unsur Komunikasi**

Komunikasi di dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh Deddy Mulyana menyatakan dalam versi yang lebih besar ada 6 unsur pesan komunikasi sebagai berikut :

1. ***Source* (sumber)**

**Sumber adalah dasar yang digunakan didalam penyampaian pesandan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.**

1. ***Communicator* (komunikator) atau penyampaian pesan**

**Sebagaimana sumber, komunikator juga mengenal “credibility of communicator” atau kepercayaan kepada komunikator.**

1. ***Message* (pesan)**

**Pesana dalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan *(thema*) yang sebenarnya menjadi pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.**

**4. *Channel* (saluran)**

***Channel* adalah saluran penyampaian pesan dan lebih sering disebut dengan “media”.**

**5. *Audience* (komunikasi) atau penerimapesan**

**Komunikan dapat kita golongkan dalam 3 jenis yaitu personal (orang perorang), kelompok dan massa. Pada saat komunikasi dilancarkan, mengahadapi komunikan perlu di perhatikan 3 hal yakni keanggotaan kelompok, proses seleksi, kecenderungan**.

**6. *Effect* (Hasil)**

***Effect*a dalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan (2005:5)**

**2.1.3 Fungsi Komunikasi**

Menurut Effendy dalam bukunya komunikasi terdapat empat fungsi komunikasi,yaitu:

* 1. **Menyampaikan informasi (*to inform*)**

**Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.**

* 1. **Mendidik (*to educate*)**

**Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.**

* 1. **Menghibur (*to entertaintment*)**

**Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan.Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.**

* 1. **Mempengaruhi (*to influence*)**

**Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. (2003:55)**

Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasive (mengajak) yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh positif atau negatif, dan komunikan dapat menerima ataupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

Keempat tujuan komunikasi diatas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap seseorang, merubah pendapat dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta merubah kehidupan sosial penggunanya.

**2.1.4 Proses Komunikasi**

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

Menurut **Effendy** dalam buku **Ilmu Komunikasi** bahwa proses komunikasi adalah sebagai berikut :

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

Menurut **Courtland L. Bovee dan John V. Thill** dalam *Bussiness communication today.* **Purwanto**  komunikasi bisnis, proses komunikasi (*Communication Process*) terdiri atas enam tahap, yaitu :

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

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

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

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

 Menurut **Effendy** pada buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** Proses komunikasi terdiri atas dua tahap, meliputi proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. **(Effendy, dalam Mondry , 2008 : 3).**

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

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

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

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

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

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

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

**Gambar 2.1 Skema Proses Komunikasi**

****

* + 1. **Prinsip – Prinsip Komunikasi**

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

1. **Komunikasi adalah proses simbolik. Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti yang dikatakan K.Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya**
2. **Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi. Kita tidak dapat berkomunikasi. Tidak berarti bahwa semua prilaku adalah komunikasi. Alih – alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberi makan pada perilaku orang lain atau perilaku sendirinya**
3. **Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi disandi secara verbal. Sementara dimensi hubungan disandi secara non verbal. Dimensi ini menunjukkan muatan komunikasi, yaitu apa juga mengisyarakatkan bagaimana hubungan pasca peserta komunikasi itu**
4. **Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesenjangan. Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama seali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari**
5. **Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Makna pesan juga bergantung pad a kontek fisik dan ruang, waktu, sosial, dan psikologis**
6. **Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi. Komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon**
7. **Komunikasi bersifat sistemik. Setiap individu adalah system yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung. Ini juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal terhubung menjadi satu**
8. **Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan yang diharapkan para peserta komunikasi**
9. **Komunikasi bersifat non konseksuesional. Sebenarnya komunikasi manusa adalah bentuk dasarnya bersifat dua araj**
10. **Komunikasi bersifat prosensual, dinamis, dan transaksional. Komunikasi tidak punya aal dan tidak punya akhir, melainkan proses yang berkesinambungan**
11. **Komunikasi bersifat *Irrevesible.* Sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan**
12. **Komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah. Komunikasi bukanlah panasea. Untuk menyelesaikan persoalan atau konflik. Karena tersebut berkaitan dengan masalah structural. (2015 : 91-127)**
	* 1. **Tujuan Komunikasi**

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut **Onong Uchjana Effendy (2003),** tujuan dari komunikasi adalah :

1. **Mengubah sikap ( *to change the attitude* )**

**Seperti telah dikemukakan sebelumnya dalam pembahasan, fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah seseorang terpengaruh ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan komunikasi. Mengubah sikap seseorang menjadi seperti yang diharapkan oleh si pemberi informasi**

1. **Mengubah opini atau pendapat atau pandangan ( *to change the opinion* )**

**Salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak tertentu**

1. **Mengubah perilaku ( *to change the behaviour* )**

**Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi yang telah diberikan sehingga berperilaku sesuai yang diharapkan oleh si pemberi informasi.**

1. **Mengubah masyarakat ( *to change the society* )**

**Apabila dalam point di atas perilaku dititikberatkan lebih kepada individu, dalam point ini, perubahan dititikberatkan pada suatu kelompok yang bersifat lebih dari satu, bahkan lebih dari dua.Sehingga perubahan terjadi secara masal. (2003:14)**

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

* + 1. **Konteks Komunikasi**
			1. **Komunikasi Intrapribadi**

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.Contohnya berfikir.Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainyna, meskipun dalam disiplin komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

* + - 1. **Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antar pribadi ini adalah komunikasi dialah yang hanya melibatkan dua orang, seperti suami istri, rekan sejawat, dua sahabat dekat. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah : pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak dekat, pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara stimulant dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif dan jarak fisik yang sangat dekat.

Menurut Devito (1898), komunikasi interpersonal adalah

**Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. (2003 : 60)**

Ada beberapa tujuan komunikasi interpersonal, antara lain:

1. Menemukan diri sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain, kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri sendiri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikkan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

1. Menemukan dunia luar

Hanya berkomunikasi interpersonal yang menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa. Hal ini seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dipahami melalui interaksi interpersonal.

1. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita digunakan dalam komunikasi interpersonal diabadikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

1. Berubah sikap dan tingkah laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya berpikir dengan cara tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu terlibat dalam posisi interpersonal.

1. Untuk bermain dan kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan.Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pecan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu.Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

1. Untuk membantu

Ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan professional mereka untuk mengarahkan kliennya.Kita semua juga berfungsi untuk membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil, dan lain sebagainya.

* + - 1. **Komunikasi Kelompok**

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang terjadi pada kelompok kecil. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antar pribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antar pribadi juga berlaku pada komunikasi kelompok.

* + - 1. **Komunikasi Publik**

Komunikasi publik adalah komunikasi antar seorang pembicara dengan sejumlah besar orang atau khalayak, yang tidak bias dikenali satu per satu. Komunikasi demikian sering disebut pidato, ceramah, kuliah umum, dan lainlain. Komunikasi public biasanya berlangsung lebih frontal dan lebih sulit daripada komunikasi antar pribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi public menuntuk persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Daya tarik fisik bahkan yang menentukan efektivitas pesan selain keahlian dan kejujuran yang dimiliki pembicara. Tidak seperti komunikasi antar pribadi yang melibatkan pihak yang sama-sama aktif, dalam komunikasi public salah satu pihak (pendengar) cenderung pasif. Umpan balik yang mereka berikan terbatas.Terutama umpan balik yang bersifat verbal. Ciri-ciri komunikasi public adalah : terjadi di tempat umum, merupakan peristiwa social yang biasanya direncanakan, terdapat agenda, beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus. Komunikasi public sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

* + - 1. **Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat frontal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi public. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal serta vertical.Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip.

* 1. ***Computer Mediated Communication***

*Computer Mediated Communication* adalah berbagai jenis program aplikasi yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda. Yang dimaksud di sini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut (www.total.or.id). Sementara menurut **A.F. Wood** dan **M.J. Smith,** Computer Mediated Communication adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok, yang saling berinteraksi melalui computer dalam suatu jaringan internet. CMC mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk atau diubah melalui pertukaran informasi menggunakan media computer.

Dalam perkembangannya komunikasi lewat media komputer terjadi peleburan antara komunikasi mediation (perantara) dan immediate (langsung). Mediation mengacu pada proses pertukaran pesan dimana pesan di sampaikan melalui perantaraan media bentuk teknologi dari yang paling sederhana seperti kertas, sampai teknologi canggih seperti komputer internet. Immediate merupakan proses komunikasi tatap muka secara langsung tanpa adanya media perantara apapun, jadi disini masalah pilihan dan efektifitas tidak lagi menjadi perdebatan yang signifikan. Dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi, komunikasi tidak lagi menjadi wacana yang paling penting. Dengan kata lain untuk memberikan umpan balik terhadap pesan dari komunikator, komunikan tidak harus bertemu secara langsung. Teknologi sebagai media penyampai pesan memberikan pengaruh signifikan bagi pola komunikasi masyarakat.

Aplikasi CMC salah satunya adalah situs jejaring sosial *(social network sites)* merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna. Kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia.

Komunikasi dalam Internet disebut sebagai *computer mediated communication* (CMC). **Shaff**, **Martin** dan **Gay** (dalam Pearson dkk, 2006: 267) mendefinisikan computer mediated communication atau CMC sebagai interaksi antarmanusia menggunakan komputer berjaringan Internet. Sedangkan, menurut **Miller** (2009, dalam Ean, 2011), CMC adalah saluran interaktif yang memungkinkan pengguna untuk aktif dan terlibat dalam komunikasi dua arah. CMC merupakan cara pencarian informasi yang murah untuk meningkatkan efisiensi dan produktifitas. Selain itu, CMC merupakan salah satu bentuk dari komunikasi yang tertunda yang mempunyai kelebihan dan mengurangi permasalahan jarak dan waktu, mudah dan murah, punya potensi untuk menjadi lebih pribadi dan dapat disesuaikan.

CMC mendukung berbagai macam situs yang terakomodasi melalui web di Internet, seperti situs berita, situs perbankan, dan situs media sosial atau social media. Media sosial didefinisikan **Andreas Kaplan** dan **Michael Haenlein** (2010) sebagai berikut:

***a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user-generated content. Social media websites and applications allow users to create and exchange user-generated content where people talk, share information, participate and network through technologies such as blogs and social networking sites* (**[**www.boundless.com/marketing/social-media-marketing/introduction-to-social-media-digital-marketing/what-is-social-media/**](http://www.boundless.com/marketing/social-media-marketing/introduction-to-social-media-digital-marketing/what-is-social-media/)**).**

Pixy Ferris secara general medefinisikan CMC sebagai “interaksi secara interpersonal yang dihubungkan oleh komputer, yang meliputi komunikasi asynchronous dan synchronous melalui fasilitas dalam internet” (<http://www.december.com/cmc/mag/1998/jul/baker.html>). Medium komputer dalam CMC adalah berupa perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) berupa aplikasi khusus yang memungkinkan orang saling berinteraksi. Komputer harus memiliki jaringan Internet agar bisa saling terhubung dengan komputer lain secara global. Contohnya ketika orang chatting di Facebook, mereka membutuhkan komputer, Internet, dan aplikasi browser untuk mengakses situs Facebook. Komunikasi yang terjadi dalam chatting tersebut bersifat interaktif dimana komunikator bisa menjadi komunikan dalam waktu yang bersamaan.

CMC mempunyai dua tipe, yang ditentukan dari jenis komunikasi yang terjadi, yaitu *synchronous communication* atau *asynchronous communication* (Pearson dkk, 2006: 276). *Synchronous communication* adalah komunikasi yang terjadi bila peserta komunikasi berinteraksi secara real-time. Peserta komunikasi di sini berperan sebagai pengirim sekaligus penerima. Contohnya pada panggilan telepon atau *online-chat*. Sedangkan *asynchronous communication* adalah komunikasi yang interaksinya tertunda dan setiap peserta komunikasi harus bergantian menjadi pengirim dan penerima. Contohnya adalah surat menyurat lewat e-mail.

Ada dua aspek dari CMC yang membedakannya dengan komunikasi tatap muka, yaitu isyarat verbal (*verbal cues*) dan waktu yang lebih panjang (*extended time*) (Griffin, 2006:143). Berbeda dengan komunikasi tatap muka yang menggunakan simbol-simbol verbal (melalui bahasa) dan simbol-simbol nonverbal (melalui gestur tubuh), CMC menggunakan sistem isyarat yang ada dalam aplikasi komputer, misalnya melalui emoticon (simbol-simbol berupa karakter teks yang mewakili ekspresi manusia dalam dunia online). Komunikasi yang terjadi dalam CMC pun cenderung lebih lama dari komunikasi tatap muka. Komunikator dalam CMC tidak dapat langsung memahami maksud pesan yang disampaikan karena terbatasi dengan karakter-karakter di komputer

* 1. **Komunikasi Interpersonal dalam Internet**

Komunikasi interpersonal di internet merujuk pada komunikasi melalui pesan antara dua orang.Malahan penggunaan utama dari internet adalah untuk mengirim dan menerima e-mail. Orang-orang berkomunikasi secara online, lalu mereka berbicara; bercanda; mereka mengekspresikan diri satu sama lain melalui internet. Hubungan tersebut tercipta dan akan terjaga secara online. Para murid dan guru-guru berinteraksi secara elektronik pada komunitas. (Shedletsky & Aitken, 2004, : 26)

Komunikasi virtual adalah wadah orang-orang untuk berkumpul bersama, untuk saling berbagi pada lingkungan online, dan untuk merasakan keinginan untuk berkumpul atau bersatu.Walaupun pengguna internet bisa saja tersebar luas secara fisik, namun mereka merasa dekat.

Menurut **Gurak**, ada 4 karakterisik komunikasi di internet, yaitu :

1. ***Speed***

**Mengacu pada waktu yang dibutuhkan untuk mengirim dan menerima pesan, yang tentu saja sangatlah cepat.**

1. ***Reach***

**Mengacu pada kemampuan manusia untuk saling berhubungan dengan orang-orang yang berada pada jarak yang jauh, dan sekalo lagi dengan kecepatan yang hebat.**

1. ***Anonymity***

**Mengacu pada perilaku manusia yang menciptakan suatu identitas online, menyatakan diri sebagai seseorang yang bukan mereka, memanipulasi gender, umur, pekerjaan, status kesehatan, dan sebagainya.**

1. ***Interactivity***

**Mengacu pada kemampuan partisipan online untuk tidak hanya menerima pesan, tetapi juga bereaksi terhadapnya**. **(2004 : 145**)

* 1. **Komunikasi Efektif**

Komunikasi dikatakan efektif bila seseorang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Dalam kaitan ini, Tubbs dan Moss (1996:22) mengemukakan, secara umum komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap oleh penerima.

Bagaimana cara melihat efektifitas komunikasi ? Kita tidak dapat menilai keefektifan komunikasi yang ktia lakukan bila apa yang kita maksudkan tidak jelas; kita harus benar-benar tahu apa yang kita inginkan.

Menurut Tube and Moss dalam buku *Communication Process* Ada lima hal yang dapat dijadikan ukuran untuk komunikasi yaitu :

1. **Pemahaman**

**Pemahaman adalah penerimaan yang cermat atas kandungan rangsangan seperti yang dimaksudkan dengan pengirim pesan.Dalam hal ini, komunikator dikatakan efektif bila penerima memperoleh pemahaman yang cermat atas pemahaman yang disampaikannya.**

**2) Kesenangan**

**Tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan maksud tertentu. Sebenarnya tujuan komunikasi transaksional adalah sekedar berkomunikasi dengan orang lain untuk menimbulkan kesejahteraan bersama. Komunikasi semacam ini biasa disebut komunikasi fatik (*Fetish Communication*), atau mempertahankan hubungan insani. Sapaan seperti “Hei”, “Apa kabar ?”, “Bagaimana keadaanmu ?”, merupakan jenis komunikasi ini.**

**3) Mempengaruhi sikap**

**Tindakan mempengaruhi orang lain merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam berbagi situasi, kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain, dan berusaha agar orang lain memahami ucapan kita. Proses mengubah dan merumuskan kembali sikap, atau pengaruh sikap, berlangsung terus seumur hidup.**

**4) Memperbaiki hubungan**

**Sudah menjadi keyakinan umum bahwa bila seseorang dapat memilih kata yang tepat, mempersiapkan jauh sebelum pelaksanaan, dan mengemukakannya dengan tepat pula, dapat dipastikan bahwa hasil komunikasi akan sempurna. Namun keefektifan komunikasi secara keseluruhan masih memerlukan suasana psikologis yang positif dan penuh kepercayaan.Bila hubungan manusia dibayang-bayangi oleh ketidakpercayaan, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator yang paling kompeten sekalipun bisa berubah makna atau didiskreditkan. Terkadang, komunikasi dilakukan bukan untuk menyampaikan informasi atau mengubah sikap seseorang, tapi hanya untuk memahami motivasi orang lain.**

**5) Tindakan**

**Banyak orang berpendapat bahwa komunikasi apapun tidak ada gunanya bila tidak member hasil sesuai yang diinginkan. Mendorong orang lain untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang kita inginkan merupakan hasil tersulit dicapai dalam berkomunikasi. Tampaknya lebih mudah mengusahakan agar pesan kita dipahami daripada mengusahakan agar pesan kita disetujui. Selanjutnya, lebih mudah membuat orang lain setuju daripada membuat orang tersebut melakukannya. Beberapa perilaku muncul karena keterpaksaan, tekanan social, atau karena peranan seseorang, dan semua ini tidak memerlukan perubahan sikap terlebih dahulu, biasanya tindakan sukarela muncul terlebih dahulu sebelum terjadi perubahan sikap.**

**Untuk mencoba membangkitkan tindakan pada penerima pesan, kemungkinan respon sesuai dengan apa yang diinginkan akan lebih besar bila dapat : (a) memudahkan penerima tentang apa yang diharapkan; (b) meyakini penerima bahwa tujuan tersebut masuk akal; dan (c) mempertahankan hubungan harmonis dengan penerima. Tindakan yang diharapkan tidak terjadi secara otomatis, namun besar kemungkinan akan terwujud bila ketiga hal diatas telah terpenuhi.** **(2001 : 23)**

* 1. **Internet**

**2.5.1 Sejarah Internet**

Sejarah internet dimulai pada tahun 1969 ketika Departemen ertahanan Amerika, U.S. *Defense Advanced Research Projects* (DARPA) memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana caranya menghubungkan sejumlah computer hingga membentuk suatu jaringan organic. Program riset ini dikenal dengan nama ARPANET. Pada tahun 1970, sudah lebih dari sepuluh computer yang berhasil dihubungkan satu sama lain sehingga mereka bisa saling berkomunikasi dan membentuk sebuah jaringan.

Hari bersejarah berikutnya adalah pada tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris berhasil mengirimkan surat elektronik (surel) dari *Royal Signals and Radar Establishment* di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang bergabung di ARPANET membentuk sebuah jaringan atau *network.*Pada tahun 1979, Tom Truscott, Jim Ellis, dan Steve Bellovin, menciptakan sebuah *news group* pertama yang diberi nama USENET. Pada tahun 1981, France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telepon televise pertama, dimana orang bisa saling menelepon sambil berhubungan dengan *video link.*

Karena komputer yang membentuk jaringan semakin hari semakin banyak, maka dibutuhkan sebuah protokol resmi yang diakui oleh semua jaringan.Pada tahun 1982, dibentuklah *Transmission Control Protocol* atau TCP dan *Internet Protocol* atau IP.Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer yang dikenal dengan *Eunet*, yang menyediakan jasa jaringan komputer di Negara-negara seperti Belanda, Inggris, Denmark, dan Swedia.Jaringan Eunet ini menyediakan jasa surel (*email*) dan *newsgroup* USENET.

Untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada, maka pada tahun 1984 diperkenalkan sistem nama di *mail,* yang kini dikenal dengan nama DNS atau *Domain Name System.* Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih.Pada 1987, jumlah komputer yang tersambung di jaringan melonjak sepuluh kali lipat menjadi 10.000 lebih komputer.

Tahun 1988, Jarko Oikarinen dari Finlandia menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau *Internet Relay Chat.*Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak sebesar sepuluh kali lipat dalam setahun.Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk suatu jaringan.Pada tahun 1990 adalah tahun paling bersejarah dalam perkembangan internet.Ketika Tim Berners Lee menemukan program editor dan *browser* yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer lainnya, yang membentuk jaringan tersebut.Program inilah yang disebut www, atau *world wide web.*

Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah *surfing the internet*. Tahun 1994, situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman.Dan untuk pertama kalinya *virtual shopping* atau *e-retail* muncul di internet. Dunia langsung berubah, di tahun yang sama Yahoo! Didirikan, yang juga sekaligus kelahiran *Netscape Navigator* 1.0.

Sejarah internet di Indonesia dimulai pada awal tahun 1990-an. Saat itu jaringan internet di Indonesia lebih dikenal sebagai paguyuban *network,* dimana semangat kerjasama, kekeluargaan dan gotong royong sangat hangat dan terasa diantara para pelakunya. Agak berbeda dengan suasana internet Indonesia pada perkembangannya kemudian yang terasa lebih komersial dan individual di sebagian aktivitasnya, terutama yang melibatkan perdagangan internet.

**2.5.2 Komunikasi Bermedia Internet**

Kemunculan jejaring social seperti *facebook, twitter, MySpace,* dan lain-lain memang langsung menarik jutaan pengguna.Banyak pengguna memasukkan kegiatan mereka kedalam jejaring social untuk mendapatkan perhatian dari oranng-orang sekitar. Di jejaring social ini penggunanya dapat berbagi dengan pengguna lain baik yang dikenal maupun tidak, yakni seputar : hobi/ kesenangan, informasi, aktivitas, dan lainnya.

Komunikasi menggunakan media internet secara teknis dan fisik merupakan fenomena baru proses komunikasi yang dilakukan manusia pada akhir abad 20 dan telah menjadi bagian integral dari masyarakat, pendidikan, industry, dan pemerintahan. Sedangkan secara akademis, komunikasi bermedia internet merupakan konsep dan area studi yang relative masih baru dan belum banyak tersentuh.

Beberapa eksplorasi tentang media internet memberikan kontribusi pada terminology komunikasi bermedia internet atau *computer mediated communication*. **Pixy Ferris** secara general mendefinisikan komunikasi bermedia internet sebagai “interaksi secara interpersonal yang dihubungkan oleh komputer yang meliputi *asynchronous* dan *synchronous* melalui fasilitas dalam internet”. Sedangkan **John December** mendefinisikan hal ini sebagai “telekomunikasi dengan menggunakan komputer dalam bentuk massa”. Secara terminologis aplikatifnya, komunikasi bermedia internet adalah Penggunaan komputer beserta fasilitas dan kemampuannya untuk didayagunakan sebagai alat penyampai pesan baik bersifat massa ataupun pribadi.

Definisi yang lebih lengkap dikemukakan oleh Strangelove (1994):

***The internet is not talking about technology, it is not about information, it is not about communication-people talking with each other, people exchange email, people doing the low ASCII dance. The internet is mass participation in fully bidirectional, uncencored mass communication. Communication is the basis, the foundation. The internet is a community of chronic communicators.* (1994 : 60)**

Secara rinci komunikasi bermedia internet dalam proses penggunaannya dapat diuraikan sebagai berikut :

* 1. Menciptakan pengertian dengan menulis “surat” melalui *email*, menuliskan kata-kata pada waktu yang sama dalam komunitas *chatting*, serta menciptakan *websites* melalui penciptaan *file* multimedia,
	2. Menyebarkan pengertian melalui komunikasi *point to point (email),* dan komunikasi point to multi point (IRC, websites)
	3. Merasakan arti dalam teks dan multimedia pada websites, email, dan irc,
	4. Berpartisipasi dalam forum untuk berkomunikasi yang merupakan awal penjelajahan karakteristik komunitas seperti tujuan bersaman norma-norma, dan tradisi.

**2.6 Jejaring Sosial**

Di dalam media sosial terdapat jenis yang berbeda-beda, dan memiliki keunggulan masing-masing. Dewasa ini jejaring sosial telah banyak diminati oleh masyarakat luas dan sangat pesat kemajuannya, didalamna orang-orang saling terkoneksi dan terhubung baik indvidu maupun organisasi yang membentuk struktur sosial. Menurut Wikipedia, Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll.

Analisis jaringan jejaring sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan.Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut.Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan jejaring sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seorang individu dalam mencapai tujuannya.

Dalam bentuk yang paling sederhana, suatu jaringan jejaring sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan penghubungnya. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial>)

* 1. **Fenomenologi**
		1. **Sejarah Fenomenologi**

Istilah 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 (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert**,** pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel Kantmemulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Flitchte dan G.W.F.Hegel. pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriktif. 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 paa abad inilah, pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari penginderaan. Dengan demikian kita mngalami 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 disisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia. Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akal lah 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 penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya**). ([**2009:4**](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial))

Jadi bila kita simpulkan bahwa Immanuel 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 pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun.

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilah unsure yang berasal dari pengamalan *(*[*phenomena*](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial)*),* dan mana yang terdapat dalam akal *(*[*noumena*](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial)atau *the things in its self).* Meski fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat eropa sepanjang abad ke-20.

Setelah itu muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakkan dasar fenomenologi lebih tegas lagi. Dalam 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”. Kemudia 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 *(International In Existence).*

Lebih lanjut lagi menurut **Bretano** yang dikutip **Engkus** dalam bukunya Fenomenologi, pengertian fenomenologi adalah :

**Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam “kesadaran” kita, baik dalam bentuk persepsi, khayalan, 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 psikilogi deskriktif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan fenomenologi deskriktif mendefinisikan dan mengklasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk diantaranya persepsi, pendapat, dan emosi. Setiap fenomenal mental (tindakan sadar) selalu berhubungan dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Bretano dengan fenomenologi tahun 1889.

Pada masa berikutnya, selain Bretano dan William James dengan *Principle of Psychology* (1891), berkembang pula teori semantic atau logika dari Bernanrd Bolzano dan Edmund Husserl (logika modern), termasuk Gottlob Frege.

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

Menurut Husserl yang dikutip **Engkus** dalam bukunya Fenomenologi menjelaskan bahwa:

**Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektig yang disengaja (*intentional objects*), dan tindakan sadar subjektif. Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang berhubungan 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 psikologis 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 fenomenologi menjadi semakin berkembang. Yang kemudia banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi dalam ranah filsafat. Pada umumnya pembahasan filosifis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontology, epistemologi, etika, dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

* 1. Fenomenologi dan Ontologi

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

Sebagai pengembangan pembahasan ontology, fenomenologi Husserl kemudian mencoba membuat teori pengandaian mengenai “keseluruhan dan bagiannya” (*universal and pariticular*), 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 membantu dalam mendefiniskan fenomena. Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomena-lah pengetahuan itu berada. Disisi lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaran dan jenis-jenis khusus pengetahuan orang pertama, melalui bentuk-bentuk intuisi. Menurut Husserl sebagai epistimologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk menapai kebenaran dan pengetahuan.

Demikianlah pembahasan fenomenologi dihubungkan dengan bidang-bidang inti dari filsafat. Jelas kireanya penambahan bidang fenomenologi bagi ilmu sosial masih menjadi perdebatan bidang fenomenologi bagi ilmu 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 criteria 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 penjelasannya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantic dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat pada teori logika. Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukkan pada bahasa, baik bahasa sehari-hari maupun dalam bentuk symbol-simbol, seperti logika predikat, matematika, dan bahasa computer.

* 1. Fenomenologi dan Etika

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

* + 1. **Fenomenologi Alfred Schutz**

Schutz dengan segala latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan music 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 gambling 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 dipertanggunjawabkan ataukah tidak.

* + 1. *The postulate of subjective interpretation* (dalil interpretasi subyektif)

Menurut peneliti untuk memhami 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 dapat 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 sosialnya telah mengawinkan fenomenologi transcendental-nya Husserl dengan konsep *verstehen* yang merupakan buah pemikiran Webber.

Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transedental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji ‘sesuatu yang muncul’, mengkaji fenomena yang terjadi di sekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologisnya dalam 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 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 enak karakteristik yang sanat mendasar dari *the life world* ini, yaitu :

1. *Wide-awakeness*, ada unsure dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya,
2. *Reality,* orang yakin akan eksistensi dunia,
3. Dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi,
4. Pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri,
5. Dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial,
6. Adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam *the life world* ini terjadi dialektika yang menperjelas 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* merupakan merujuk pada content (isi), meaning (makna), intensity (intensitas), dan durasi (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu, khususnya ilmu sosial.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitasnya 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 timbale balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubyektif bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

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

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

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

Schutz mengidentifikasikan empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstaksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Ke-4 elemen itu diantaranya *umweld, mitwelt, folgewelt,* dan *vorwelt.*

1. ***Umwelt,*** merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari
2. ***Mitwelt,*** merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian
3. ***Folgewelt,*** merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan dating
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), seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut
2. *The insider* (orang dalam), seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain. Dengan otoritas berbagi system yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai ‘benar’ atau ‘sah’, setidaknya sebagaian, karena pengetahuannnya dalam konteks situasi lebih dalam dari saya.
3. *The analyst* (analisis), sesorang yang berbagi informasi releva dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan system relevansi
4. *The commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsure poko fenomenologi sosial yaitu:
* Perhatian terhadap actor
* Perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (*natural attitude*)
* Memusatkan perhatian kepada masalah mikro
* Memperhatikan pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.