

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Teknologi komunikasi yang semakin maju dan berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya, masyarakat dituntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi hampir sebagian besar kalangan masyarakat, bahkan hampir semua insitusi atau golongan saat ini menggunakan teknologi informasi sebagai landasan dasar dalam melakukan kegiatan sehari-hari, perubahan zaman yang mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.

Peradaban masyarakat pada era saat ini telah banyak mengalami perubahan dalam kehidupannya, kini masyarakat memasuki era informasi, sehingga interaksi dalam berbagai aspek-aspek di dunia, misalnya lembaga pendidikan, lembaga kemasyarakatan, lembaga pemerintahan dan lain-lain, bisa dilakukan dengan mudah dengan melalui teknologi telematika. Perkembangan teknologi yang canggih yang di dukung oleh tekonologi informasi telah mengubah aspek-aspek tradisional masyarakat, dengan adanya hal tersebut mempermudah masyarakat menjalani kehidupannya. Hal ini terbukti dengan adanya terobosan terbaru teknologi informasi yang melahirkan teknologi informasi komputer yang canggih yaitu *International Networking* (Internet).

*International Networking* atau Internet merupakan hasil dari hubungan teknologi informasi dan komunikasi yang sekarang ini semakin memukau, sehingga banyak digunakan oleh orang-orang di belahan dunia.

Internet mampu mendobrak tatanan suatu bangsa, menembus jangkauan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya, mampu membentuk sebuah dunia tersendiri yang disebut sebagai dunia maya. Dengan adanya teknologi internet informasi menjadi murah dan bebas, tidak memandang golongan, usia, pangkat, gender, status, semua dapat mengakses informasi tanpa ada batasan. Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat telah membawa dunia memasuki era baru yang lebih cepat dari yang pernah dibayangkan sebelumnya.

Dalam kehidupan manusia postmodern, teknologi informasi merupakan perangkat yang tidak bisa dipisahkan dari aktifitas kehidupan sehari-hari, dan ketika penemuan teknologi berkembang dalam skala massa, maka teknologi itu telah mengubah bentuk masyarakat nyata yang menjadi masyarakat maya. Interaksi terbentuk secara konkret adanya tegur sapa antar personal. Dimana internet telah mendominasi kehidupan nyata, maka pola interaksinya melalui layar komputer.

Indonesia di era dunia maya (*cyberworld, cyberspace*), telah menjadi bagian penting dalam sistem komunikasi dan informasi. Pada abad 21 menghasilkan sebuah fenomena kian meluasnya arus globalisasi yang melibatkan semua aspek kehidupan manusia yang kini dalam dunia fana ini bersama segala isinya sudah menjadi sesuatu hal yang lumrah. Sebuah dunia yang sangat

transparan terhadap perkembangan informasi, serta teknologi yang begitu cepat dan begitu besar. masyarakat diberi kemudahan dalam mengakses segala informasi, masyarakat juga dimanjakan dengan bermacam-macam fasilitas.

Kekuatan sebuah media informasi dapat mengubah sebuah zaman, maka teknologi tersebut dapat mengubah masyarakat, dari masyarakat yang berasal dari dunia nyata menjadi masyarakat dunia maya, sebuah dunia yang peka terhadap perkembangan informasi dan teknologi yang begitu cepat dan mempengaruhi peradaban manusia. Perkembangan teknologi informasi juga tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia maya, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga dapat disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*). internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas materialistis yang tercipta dalam dunia maya.

Tidak seorang pun bisa meramalkan sebuah internet atau media akan membawa perubahan. Perubahan sosial membawa masyarakat masuk ke zaman globalisasi. Kebutuhan komunikasi setiap jaringan sosial mengalami pergeseran pula pemenuhan akan kebutuhan berkomunikasi tidak selalu harus dengan bertatap muka. Di zaman posmodern ini kita bisa dapatkan apa yang kita inginkan tinggal duduk di depan komputer lalu hanya dengan mengklik saja keinginan kita bisa terwujud. Dengan adanya internet kita bisa menjelajahi situs manapun

yang kita inginkan, seperti halnya kita ingin membeli barang yang kita inginkan, kita bisa memilih situs manapun misalnya Lazadi.co.id, kita tinggal pilih-pilih barang yang akan dibeli dengan mudah dan bertransaksi dengan mudah. Dengan adanya teknologi semakin canggih semua aktivitas manusia dipermudah oleh teknologi modern abad ini.

Perusahaan-perusahaan saat ini sudah tidak lagi terikat oleh batasan fisik. Dengan melalui dunia maya, seseorang dapat mencari pelanggan dengan cepat di seluruh masyarakat dunia hanya dengan melalui jaringan internet. Transaksi transaksi perdagangan dapat dengan mudah dilakukan di *cyberspace* melalui transaksi elektronik, pembayarannya juga secara elektronik (*electronic payment*). Dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat, masyarakat zaman sekarang dengan adanya terobosan baru yang sekarang menjadi marak seperti online shop, mempermudah masyarakat yang disibukkan oleh aktivitasnya, ia lebih memilih dengan online shopping

Dari segi bahasa, toko online berasal dari dua suku kata, Toko dan Online. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, toko berarti sebuah tempat atau bangunan permanen untuk menjual barang-barang (makanan, minuman, dan sebagainya). Sedangkan Online yang terjemahan bahasa indonesianya adalah dalam jaringan atau disingkat daring, menurut Wikipedia adalah keadaan di saat seseorang terhubung ke dalam suatu jaringan ataupun sistem yang lebih besar. Jadi berangkat dari dua pengertian secara bahasa tersebut kita dapat mengartikan

toko online sebagai tempat terjadinya aktifitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet. Aktifitas ini biasa juga disebut Belanja Online.

Ketika kita melakukan transaksi di sebuah toko, kita bebas memilih barang yang akan kita beli. Terkadang kita perlu memasukkan barang yang kita beli ke dalam keranjang belanja lalu kita menyerahkan keranjang belanja tersebut kepada kasir untuk dihitung total belanja kita. Sama seperti transaksi di toko biasa, di toko online proses transaksi yang kita lakukan tidak jauh berbeda. Bila di toko biasa kita dilayani oleh manusia, di toko online kita dilayani oleh mesin.

Tuntutan layanan interaktif online terus memanas. Jenis perusahaan maya bermunculan diantaranya toko online seperti Lazada.co.id dan lain-lain. Layanan ini memberi kesempatan kepada pelanggan melihat-lihat dahulu, kemudian menekan tombol untuk memesan suatu barang yang diinginkan. Para pelaku bisnis harus menaruh perhatian pada internet karena daya yang dimiliki pelanggan sekarang memaksa mereka untuk meningkatkan mutu layanannya. Sekarang ini seseorang lebih mudah mengakses internet untuk membeli suatu produk dengan cara online.

Berdasarkan sejumlah penegasan terhadap keberadaan dunia maya seperti dibahas di atas, saat ini umat manusia akan dan sedang bertransformasi menuju kebudayaan pascaruang. Kebudayaan pascaruang adalah sama halnya dengan *cyberculture*. Dimana para pelaku kebudayaan tersebut tidak lagi hidup diruang-ruang maya internet. Interaksi melalui media jaringan sosial, telah menciptakan

ruang baru bagi kehidupan manusia yang disebut cybercommunity yaitu sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui (seluruh) penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas dalam dunia maya.

Seseorang yang penggila online shop, misalnya, masih memiliki kesadaran ruang sebab online shop sudah mengakar dalam masyarakat. Meski secara lamban, namun pasti, dunia maya ini akan membawa manusia bertransformasi menuju kebudayaan pascaruang. Dunia yang tidak ada batasnya untuk melakukan interaksi. Pertumbuhan yang cepat dari teknologi internet dapat mengalihkan sebagian besar aktivitas masyarakat ke dalam dunia maya.

Maraknya situs belanja melalui online atau online shop menjadi sebuah fenomena yang terjadi dikalangan masyarakat tidak hanya kalangan anak muda saja tetapi juga kalangan dewasa juga banyak yang memanfaatkan perkembangan teknologi ini sebagai sarana untuk belanja melalui online. dengan berbagai motif yang melatarbelakangi konsumen dalam berbelanja melalui situs online untuk pemenuhan kebutuhan masing-masing.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan diatas yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *because motive* belanja online melalui situs Lazada.co.id pada karyawan PT. HPPM ?

2. Bagaimana *in order to motive* belanja online melalui situs Lazada.co.id pada karyawan PT. HPPM ?
3. Bagaimana perilaku belanja online melalui situs Lazada.co.id pada karyawan PT. HPPM ?

### **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *because motives* belanja online melalui situs Lazada.co.id pada karyawan PT. HPPM ?
2. Untuk mengetahui *in order to motives* belanja online melalui situs Lazada.co.id pada karyawan PT. HPPM ?
3. Untuk mengetahui perilaku belanja online melalui situs Lazada.co.id pada karyawan PT. HPPM ?

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Secara umum, peneliti mengharapkan dapat memberi manfaat khususnya dalam pengembangan ilmu komunikasi. Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai fenomena belanja online melalui situs Lazada.co.id.

2. Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi kajian ilmu komunikasi dalam kaitannya dengan fenomena belanja online melalui situs Lazada.co.id.
3. Hasil dari penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan bidang disiplin ilmu komunikasi.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai kegiatan komunikasi terutama dalam fenomena belanja online melalui situs lazada.co.id.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta masukan khususnya mengenai fenomena belanja online melalui situs lazada.co.id.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

#### **1.5.1 Kerangka Teoritis**

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

dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Menurut **Burhan Bungin** dalam bukunya **Konstruksi Sosial Media**, mengatakan bahwa :

**Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wawancara public sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas dikonstruksi melalui melalui proses eksternalisasi (Bagian penting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunia sosio-kulturalnya). objekkasinya (Terjadi melalui penyebaran opini tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial itu), dan Internalisasi (Suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain yang kemudian menjadi bermakna secara subjektif bagi individu itu sendiri). Selain itu konstruksi sosial tidak pernah dalam ruang hampa namun syarat dengan kepentingan- kepentingan. (2011:23)**

Mengenai realitas yang dimaksud **Burhan Bungin** juga menjelaskan dalam bukunya **Konstruksi Sosial Media**, bahwa :

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

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan manusia lain untuk membantu memenuhi kebutuhan hidupnya. Setiap orang dalam menjalani hidup setiap harinya akan melakukan komunikasi dengan orang lain. Komunikasi yang tercipta antara orang satu dengan orang lainnya akan membentuk suatu hubungan yang kemudian akan mengikat individu yang satu dengan yang lainnya.

Lazada merupakan top online retailer di Indonesia atau sebuah toko online yang ada di Indonesia. Lazada Indonesia adalah pusat belanja online yang menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari elektronik, buku, mainan anak dan perlengkapan bayi, alat kecantikan dan kesehatan. Lazada berdiri pada tahun 2012, memberikan kemudahan dalam membeli segala produk yang berkaitan dengan elektronik, dekorasi rumah tangga hingga produk kesehatan dan kecantikan semuanya bisa di dapatkan di Lazada hanya dengan mengakses ke situs [Lazada.co.id](http://Lazada.co.id).

Dengan adanya teknologi yang canggih ini kita dapat mengakses kebutuhan yang kita inginkan. Kita bisa menjelajahi kemanapun kita mau di dalam dunia maya yang tanpa batas. Misalnya orang penggila online shopping bisa saja hanya tinggal mengakses dalam internet bisa saja menjelajahi petualang online shopping yang diinginkan.

### **1.5.2 Kerangka Konseptual**

Penelitian ini menggunakan panduan dasar teori fenomenologi. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung.

Menurut **Schutz** mengenai fenomenologi yang dikutip oleh **Mulyana** dalam buku **Filsafat Komunikasi, Tradisi Dan Metode Fenomenologi** menjelaskan :

**Studi tentang pengetahuan yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sebuah objek atau peristiwa melalui pengalaman sadar tentang objek atau peristiwa tersebut. Sebuah fenomena adalah penampilan sebuah objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seseorang, jadi bersifat subjektif. Bagi Schutz dan pemahaman tugas utama analisis fenomenologi adalah merekomendasikan dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa sebagai anggota masyarakat berbagai persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. (2008:63)**

Teori fenomenologi dari **Schutz** dalam *Phenomenology of social world* mengemukakan bahwa :

**Orang yang secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan member tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. Interpretasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang suatu yang diamati, seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman apapun. (1967:71)**

**Schutz** juga menjelaskan pengalaman inderawi sebenarnya tidak punya arti, semua itu hanya ada begitu saja, obyek-obyeknyalah yang bermakna. Semua itu memiliki kegunaan-kegunaan, nama-nama, bagian-bagian, yang berbeda-beda dari individu-individu itu member dari tanda tertentu mengenai sesuatu, misalnya menandai orang yang mengajar adalah seorang guru, dengan demikian fenomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.

**Schutz** membuat model tindakan manusia melalui proses yang dinamakan “tipikiasi” yang dijelaskan **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi** sebagai berikut :

**Tipikasi ini menyediakan alat seperangkat identifikasi, klarifikasi dan model perbandingan dari tindakan dan interaksi sosial. Dengan menggunakan kriteria yang telah didefinisikan untuk menempatkan fenomena kedalam tipe-tipe khusus (2009:39)**

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yakni sebagai tindakan untuk mengungkapkan makna sesuatu yang sedang diteliti. **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi** memaparkan bahwa :

**Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia itu sendiri. Fenomenologi juga tidak diawali serta tidak bertujuan untuk menguji sebuah teori (2009:35)**

Pendapat diatas cukup memberikan gambaran bahwa fenomenologi rupanya berusaha mendalami pengalaman informan terhadap fenomena yang muncul sesuai kesadarannya. Artinya oleh kaum fenomenologi menekankan aspek

subjektif perilaku manusia yang dilakukan dengan sadar. Dengan demikian fenomenologi tidak berasumsi bahwa penelitian mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut **Schutz** dalam interaksi sosial berlangsung pertukaran motif, proses pertukaran motif para aktor yang dinamakan *the reciprocity of motives*, dijelaskan oleh **Mulyana** dalam bukunya **Filsafat Komunikasi, Tradisi Dan Metode Fenomenologi** adalah sebagai berikut :

**Melalui interpretasi terhadap tindakan orang lain, individu dapat mengubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain, agar dapat melakukan hal itu individu dituntut untuk mengetahui makna, motif, interaksi atau maksud dari tindakan orang lain, motif dalam perspektif fenomenologi menurut Schutz adalah konfigurasi atau konteks makna yang tampak pada aktor sebagai landasan makna perilakunya. (2004:62)**

Interaksi terjadi karena adanya suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran symbol yang diberi makna. **Schutz** percaya bahwa :

**Lingkungan sosial sangat berpengaruh terhadap konstruksi individu terhadap realitas. Schutz mengatakan bahwa realitas bagi individu sangat bergantung apa yang dipelajari individu itu dalam proses interaksi sosial dan budaya yang terjadi. (Djuari,1994:375-376)**

**Harbert Blumer** menjelaskan terjadinya suatu interaksi berdasarkan pendekatan interaksi simbolik yang didasari pada tiga premis utama, yaitu :

1. **Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.**
2. **Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan oleh orang lain.**
3. **Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung.**  
(Kuswarno,2008:22)

Interaksi terjadi karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia mengenai diri, dan hubungannya di tengah interaksi sosial lainnya, dan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna ditengah masyarakat dimana individu tersebut menetap.

Menurut **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena Dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

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

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman

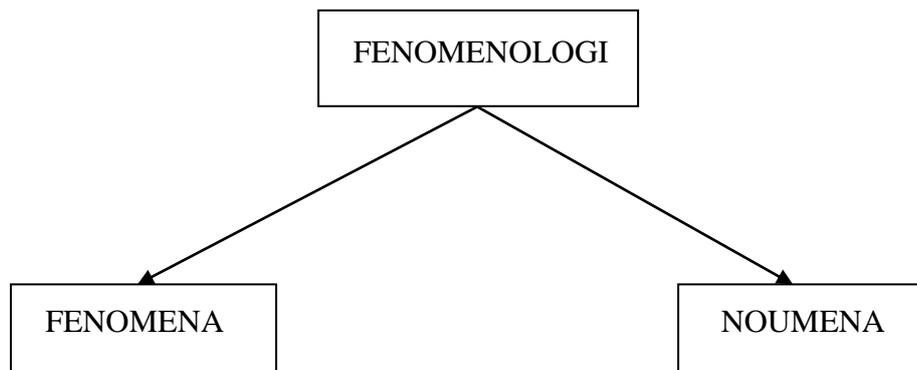
subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Seperti yang dikatakan **Schutz** yang dikutip oleh **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena Dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

**Tindakan manusia adalah bagian dari posisinya di masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanyalah kamufase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada disekelilingnya. (2009:113)**

**Gambar 1.1**

**Bagan Teori fenomenologi**



**Sumber : Alfred Schutz 1949**

Bagan kerangka aplikasi teori fenomenologi tersebut menunjukkan bahwa terdapat dua jenis realitas sosial dalam fenomenologi. Yaitu Fenomena dan Noumena. Menurut **Koentjoro** dalam **Jurnal Ilmiah Psikologi** mengatakan bahwa :

- 1. Fenomena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya eksis dan dapat kita jelaskan secara rasional.**

2. **Noumena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya ada, namun belum tentu mampu dijelaskan secara rasional. Hal ini bukan berarti bahwa noumena tersebut tidak rasional, namun otak manusia belum mampu menjelaskan rasional dan mungkin saja suatu saat noumena menjadi rasional. (2009:24)**

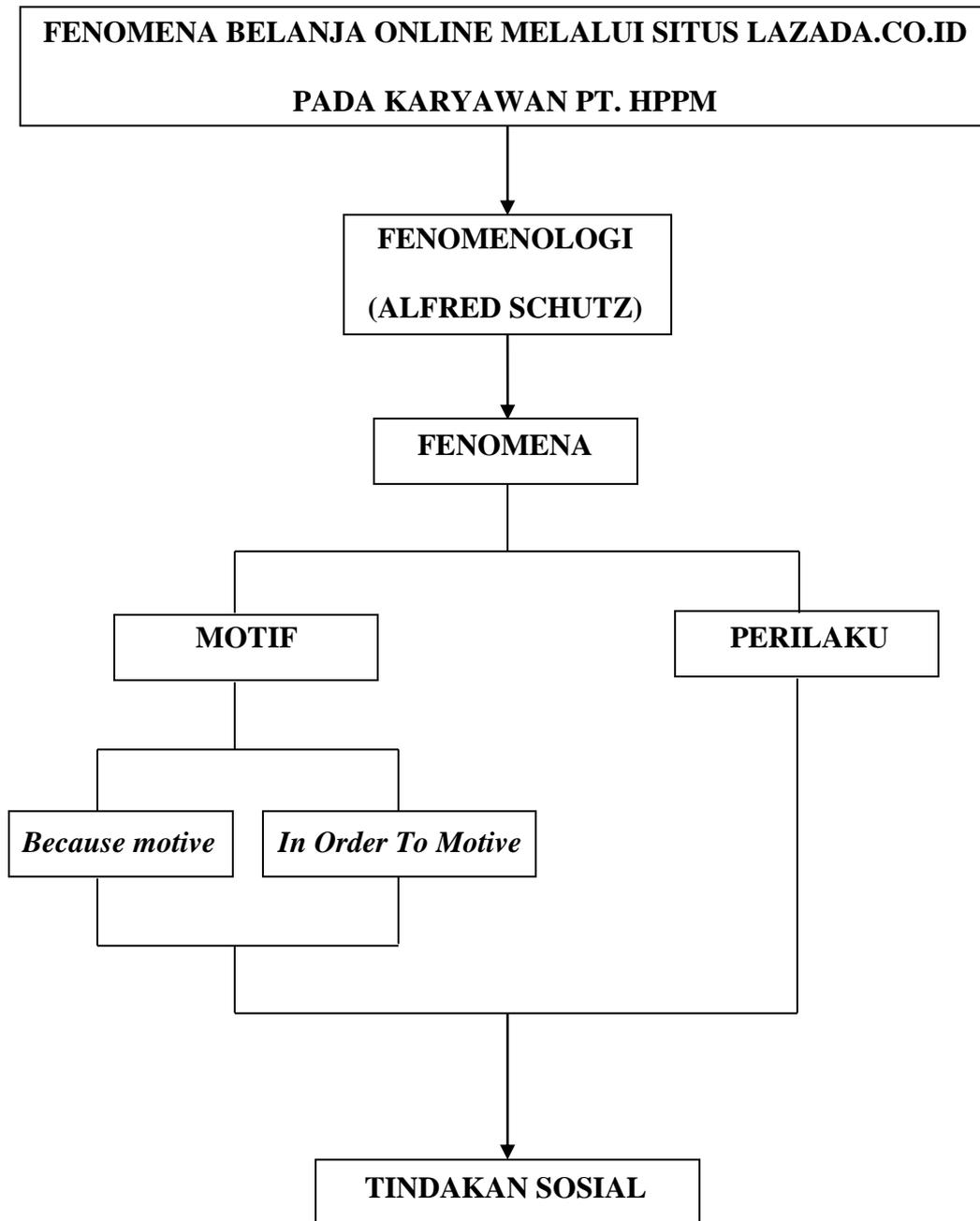
Setiap tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki motif tertentu yang melatar belakangi seseorang tersebut melakukan tindakan tersebut. Motif dapat menggambarkan keseluruhan tindakan yang dilakukan seseorang. Menurut Schutz ada dua fase untuk menggambarkan tindakan seseorang. Berikut yang dijelaskan **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi**, adalah sebagai berikut:

**Dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan in order to motive (um zu motiv), yang merujuk pada masa yang akan datang ; dan tindakan because motive (weil motiv) yang merujuk pada masa lalu. (2013:111)**

Para setiap pelanggan yakni karyawan PT. HPPM sudah pasti memiliki motif yang berbeda-beda dalam melakukan tindakan untuk berbelanja online melalui situs lazada. Baik motif yang berorientasi pada masa depan ataupun motif yang berorientasi pada masa lalu.

Dalam konteks fenomenologi, konsumen adalah aktor yang melakukan tindakan (berbelanja online melalui situs lazada) para aktor tersebut juga memiliki historis dan dapat di lihat dalam bentuk yang alami. Mengikuti pemikiran Schutz, para konsumen sebagai aktor mungkin memiliki salah satu bahkan keduad motif, yaitu motif yang berorientasi pada masa depan (in order to motive), dan motif yang berorientasi ke masa lalu (because motive).

**Gambar 1.2**  
**Kerangka Pemikiran**



**Sumber : Alfred Schutz, Modifikasi Peneliti Dan Pembimbing (2016)**