**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Kerangka Konseptual**

**2.1.1 Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris yaitu *communication* berasal dari kata latin yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksud dari sama adalah sama dalam pemaknaannya.Definisi komunikasi secara umum adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berikut ini adalah beberapa definisi dari komunikasi:

**Effendy** dalam buku **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** mengatakan:

**Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. (2003:28)**

**Santropoetro** yang dikutip **Hikmat** dalam buku **Komunikasi Politik**, menerangkan definisi komunikasi adalah :

**Komunikasi adalah sebuah kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti tentang suatu pesan yang dihadapi bersama antara pemberi pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan), yang pada umumnya berakhir dengan suatu efek atau hasil. Efek komunikasi merupakan segala perubahan yang terjadi pada komunikan sebagai akibat diterimanya suatu pesan dari komunikator. (2010:4)**

Aktivitas komunikasi, harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima satu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

Pendapat **Hovland** yang dikutip oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**, menjelaskan bahwa Ilmu Komunikasi adalah :

**Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (2007:10).**

Hovland menunjukan bahwa yang menjadi objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*Public Attitude*).

**Mulyana** yang mengutip dari **Miller** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa komunikasi sebagai :

**Situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (2005:54).**

Penjelasan Miller, mengasumsikan bahwa dalam komunikasi terjadi penyampaian pesan yang disadari dapat mempengaruhi perilaku penerima pesan tersebut. Sehingga apa yang terjadi dalam suatu proses komunikasi adalah seorang penyampai pesan mempengaruhi perilaku penerima pesan.

**Kamus Besar Bahasa Indonesia** edisi ketiga, dari **Departemen Pendidikan Indonesia**, mendefinisikan bahwa komunikasi adalah :

**Pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (2002:585).**

Dari berbagai literatur, dapat dipahami bahwa inti dari sebuah komunikasi adalah adanya komunikator (penyampai pesan), pesan (informasi yang disampaikan), dan komunikan (penerima pesan) juga timbal balik (*feedback*). Sedangkan pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) sehingga terjadi timbal balik (*feedback*).

Proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan komunikator tidak sampai ke komunikan karena terjadi gangguan di dalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunkan biasanya akan terjadi *feed back*.

Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat menyampaikan pikiran, pendapat serta perasaannya. Kemudian komunikasi sebagai akses manusia untuk memenuhi kebutuhan nya sebagai makhluk sosial seperti berinteraksi dengan manusia lainnya dan mempermudah manusia dalam melakukan kegiatannya. Seperti halnya masalah yang akan dikemukakan mengenai kegiatan prostitusi pada media sosial yaitu aplikasi *Nonolive* yang mana dapat digunakan sebagai penunjang kegiatan tersebut sebagai eksistensi dan sebagai gaya hidup. Maka saat ini media sosial terutama aplikasi *Nonolive* menjadi media yang cukup populer bagi para penggunanya dalam menyampaikan maksud yang ditujukan kepada khalayak. Hal ini pun dimanfaatkan oleh para pelaku prostitusi.

* + - 1. **Unsur-Unsur Komunikasi**

1. **Komunikator**

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khlayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, *source*, *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seorang komunikator harus terampil berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh daya kreativitas.

1. **Pesan**

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Menurut **Cangara** dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut:

**Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambang komunikasi berupa suara, mimik, gerak - gerik, bahas lisan, dan bahasa tulisan (2006 : 23).**

1. **Media**

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Cangara**,** media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga.

Dalam **Pengantar Ilmu komunikasi** **Cangara** dikatakan bahwa :

**Pesan - pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentikan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. (2006 : 119)**

Sedangkan dalam Buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Vardiansyah** ,

**Media bentuk jamak dari medium medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (2004 : 24 - 26)**

1. **Komunikan**

Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

1. **Efek**

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

**2.1.1.2 Tipe Komunikasi**

**Mulyana** pada buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar, yaitu:

1. **Komunikasi Intrapribadi**

**Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.**

1. **Komunikasi Antarpribadi**

**Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatapmuka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.**

1. **Komunikasi Kelompok**

**Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.**

1. **Komunikasi Publik**

**Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.**

1. **Komunikasi Organisasi**

**Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.**

1. **Komunikasi Massa (*Mass Communication)***

**Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik. (2005:72-75)**

Apabila dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini kegiatan prostitusi pada media sosial yaitu aplikasi *Nonolive* berkaitan dengan tipe komunikasi massa dalam melakukan proses penyampaian maksud dari kegiatan prostitusi. Dimana kegiatan tersebut di lakukan di salah satu media sosial yaitu aplikasi *Nonolive*. Maka, kegiatan Prostitusi melalui aplikasi *Nonolive* merupakan bagian dari komunikasi massa.

**2.1.1.3 Tujuan Komunikasi**

Menurut **Widjaja** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Pengantar Studi**, komunikasi mempunyai beberapa tujuan yaitu :

1. **Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.**
2. **Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.**
3. **Supaya gagasan dapat diterima orang lain. Kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.**
4. **Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan dimaksud di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara baik untuk melakukan.**

**(2000:66-67)**

Sementara **Lasswel** yang dikutip oleh **Cangara** dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** bahwa tujuan komunikasi disini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum ada empat tujuan komunikasi ada, yaitu :

1. ***Social Change* (Perubahan Sosial)**

**Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.**

1. ***Attitude Change* (Perubahan Sikap)**

**Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.**

1. ***Opinion Change* (Perubahan Pendapat)**

**Seseorang dalam  berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.**

1. ***Behavior Change* (Perubahan Perilaku)**

**Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku. (2006:38)**

**2.1.1.4 Fungsi Komunikasi**

Komunikasi merupakan kegiatan yang paling penting dalam setiap hidup manusia karena tidak ada satu individu pun yang bisa melakukan suatu kegiatan dalam hidup tanpa berkomuikasi, maka menurut **Lasswell** yang dikutip oleh **Cangara** dalam bukunya berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain :

1. **Manusia dapat mengontrol lingkungannya**
2. **Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada**
3. **Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikut-berikutnya.**

**(2006:59)**

Selain itu, ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antarmanusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (*costumers*), dan juga memlihara hubungan yang baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat.

Fungsi lain komunikasi dilihat dari aspek kesehatan, ternyata kalangan dokter jiwa (psikiater) menilai bahwa orang yang kurang berkomunikasi dalam arti terisolasi dari masyarakatnya mudah terkena gangguan kejiwaan (depresi, kurang percaya diri) dan kanker sehingga memiliki kecenderungan cepat mati dibanding dengan orang yang senang berkomunikasi.

**Mulyana** pada bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**

mengatakan bahwa ada empat fungsi komunikasi yaitu :

1. **Komunikasi Sosial**

**Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.**

1. **Komunikasi Ekspresif**

**Fungsi sebagai komunikasi ekspresif dapat dilakukan baik sendirian atau di dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.**

1. **Komunikasi Ritual**

**Komunikasi berfungsi sebagai komunikasi ritual biasanya dilakukan dengan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of pasage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan dll.**

1. **Komunikasi Instrumental**

**Dalam fungsi ini komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Kesemua tujuan tersebut dapat disebit membujuk (bersifat persuasif).**

**(2005:5-33)**

Maka, apabila dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, dalam hal ini kegiatan prostitusi menggunakan komunikasi sebagai fungsinya dalam melakukan kegiatan prostitusi tersebut.

**2.1.1.5 Media Komunikasi**

Media komunikasi adalah wadah atau sarana di dalam bidang komunikasi. Media komunikasi juga dapat menjadi hal yang paling mendukung sebagai perantara untuk berkomunikasi antara satu individu dengan individu lainnya tanpa terbebani oleh masalah jarak dan waktu. Media komunikasi dewasa ini berperan cukup besar dalam mempengaruhi perubahan pada masyarakat, terlebih karena semakin pesatnya kemajuan teknologi yang semakin hari semakin memungkinkan untuk mempermudah setiap kegiatan komunikasi seseorang. Seperti halnya *gadget* yang sedang digandrungi masyarakat belakangan ini.

Telepon genggam berbasis *smartphone* atau telepon pintar yang memiliki perangkat moderen yang mana akan memudahkan para penggunanya untuk melakukan kegiatan komunikasi tanpa terhalang jarak dan waktu. Selain itu, dengan kecanggihan yang dimiliki, *gadget* atau *smartphone* dilengkapi dengan aplikasi-aplikasi yang menunjang penggunanya untuk melakukan kegiatan selain hanya mengirim pesan atau melakukan panggilan telepon tetapi juga menjadikannya sebagai media ekspresi dan gaya hidup. Kegiatan tersebut bisa dilakukan melalui sebuah aplikasi *Nonolive* yang dapat di *install* di *smartphone* tersebut.

*Nonolive* adalah salah satu aplikasi media sosial yang menunjang untuk melakukan kegiatan komunikasi dengan cara yang menarik dan kreatif melalui *Live Streaming*. **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** menyatakan bahwa :

**Media komunikasi adalah sarana atau alat yang menyalurkan pesan komunikasi yang disampaikan seseorang kepada orang lain, misalnya *telephone*, surat elektronik, radio, televisi, komputer dengan menggunakan *network* yang dihubungkan dengan modem. (2003:64)**

Berdasarkan kutipan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa, media komunikasi adalah sebuah media penyampaian informasi yang berbasis pada penggunaan teknologi internet yang mana dapat berfungsi sebagai media pertukaran informasi maupun konten tertentu bagi masing-masing pengguna.

Menurut analisis sederhana yang dilakukan oleh peneliti, bahwa media komunikasi ialah perantara dalam pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi. Maka dengan media komunikasi tersebut khalayak mampu bertukar informasi dengan siapaun dan dimanapun tanpa terhalang masalah jarak dan waktu.

* + 1. **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

**Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto** dan **Komala** menjelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut:

**Pesan yang dikomunikasikan melalui medai massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people).* (Rakhmat dkk. 2007).**

**Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** karangan **Effendi** menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki pengertian yaitu: **“Komunikasi yang menggunakan media massa.” (2003: 20).**

**Meletzke** dalam **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto** dan **Komala** menerangkan pengertian Komunikasi Massa adalah :

**Komunikasi Massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. (Rakhmat, 2007:188).**

Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikas sebagai penerima pesan tidak berada di satu tempat melainkan tersebar di berbagai tempat.

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu secara masal.

**2.1.2.1 Ciri Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh **Ardianto** dan **Komala** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

* 1. **Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan.**
  2. **Komunikator pada komunikasi massa terlembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.**
  3. **Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.**
  4. **Media komunikasi massa menimbuklakan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.**
  5. **Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikan dari komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain**
  6. **Umpan balik tertunda. Umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. (2007: 35).**

Selain itu komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya **Cangara,** yaitu :

1. **Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanin. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.**
2. **Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik sperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.**
3. **Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasai jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (2006: 36).**

Pernyataan di atas menunjukan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

**2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Dominick (2001)** dan dikutip oleh **Ardianto** dan **Komala** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

1. ***Surveilance* (pengawasan)**

**Fungsi pengawasan komunikasi massa terbagi menjadi dua yaitu, Fungsi Pengawasan Peringatan yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang adanya berita yang tidak terduga seperti adanya angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau serangan militer. Kemudian Fungsi Pengawasan Instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.**

1. ***Interpretation* (penafsiran)**

**Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.**

1. ***Linkage* (Pertalian)**

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.**

1. ***Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**

**Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili ga,baran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita denga model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.**

1. ***Entertainment* (Hiburan). (2007:14)**

**Effendy (1993)** menjelaskan dalam **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yang dikutip oleh **Ardianto** dan **Komala** bahwa ada beberapa ciri-ciri dari Komunikasi Massa yaitu :

1. **Fungsi Informasi**

**Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi.**

1. **Fungsi Pendidikan**

**Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.**

1. **Fungsi Mempengaruhi**

**Fungsi mempengaruhi dari mesia massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan atau disajikan oleh media massa. (2007:18)**

Manfaat yang begitu besar dari komunikasi massa harusnya patut kita syukuri dangan memanfaatkannya serta mengembangkannya komunikasi massa tersebut sebaik mungkin, agar dengan komunikasi massa ini interaksi antar masyarakat satu bangsa bisa terjalin dengan baik sesuai dengan tujuan dari komunikasi massa itu sendiri.

* + 1. **Public Relations**

Definisi *Public relations* atau Humas menyiratkan bahwa Humas merupakan kegiatan terencana yang bertujuan untuk membentuk persepsi atau pemahaman antar berbagai hubungan baik yang bersifat komersial maupun non komersial.

Definisi *Public relations* menurut **Jefkins** dalam buku ***Public relations*** adalah :

***Public relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun komunikasi, antara organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (1992:10)**

Dari beberapa definisi tersebut, dapat dijelaskan bahwa pengertian public relation itu adalah proses komunikasi, falsafah social manajemen ketika mengambil suatu kepentingan bagi suatu kebijaksanaan, dalam prakteknya *public relations* itu menjalankan fungsi manajemen yaitu : *Planning, Organizing, Actuating, Controlling*

**2.1.3.1 Fungsi *Public relations***

Sesuai dengan perannya sebagai jembatan atau mediator antara perusahaan dengan publiknya, dan juga mediator antara atasan dan bawahan, maka *public relations* dari suatu perusahaan mempunyai fungsi seperti diakatakan oleh **Canfield** dalam bukunya ***Public relations, Principle, and Problems***mengemukakan tiga fungsi *public relations*, yaitu :

1. **Mengabdi kepada kepentingan umum (*It should serve the public interest*).**
2. **Memelihara komunikasi yang baik (*Maintain good communication*).**
3. **Menitikbertkan moral dan tingkah laku yang baik (*Good moral and manners*). (1999:36)**

Fungsi *Public relations* intinya adalah mengabdi kepada kepentingan umum baik itu PR yang ada di pemerintahan atau pun di perusahaan. Kemudian memelihara komunikasi yang baik baik internal ataupun eksternal dan menitieberatkan moral dan tingkah laku yang baik karena PR ada;ah wajah suatu perusahaan atau pemerintah itu sendiri.

**2.1.3.2 Tujuan *Public relations***

Tujuan *Pubic Relations* menurut **Djaja** dalam bukunya **Peranan Humas dalam Perusahaan** berdasarkan kegiatan *internal* *public relations* dalam hal ini mencakup kepada beberapa hal, yaitu :

1. **Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap, tigkah laku, dan opini public terhadap perusahaan.**
2. **Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijaksanaan yang sedang dijalankan guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak melupakan kepentingan publik.**
3. **Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijakan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut kepada aktifitas rutin perusahaan, juga menjalankan mengenai perkembangan perusahaan tersebut.**
4. **Merencanakan bagi penyusun suatu staff yang efektif bagi penugasan kegiatan yang bersifat internal *public relations* dalam perusahaan tersebut. (1985:17)**

Kegiatan hubungan internal yang dilakukan seorang *public relation officer* antara lain :

1. Hubungan dengan karyawan (*Employee Relations*)

Seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran mereka sehingga bias dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi atau perusahaan. Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Karena dengan diadakan program *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oelhe pimpinan perusahaan. Sehingga dapat menciptakan rasa saling memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas, dan ingin mecapai prestasi kerja semaksimal mungkin.

1. Hubungan dengan pemegang saham (Stockholder Relations)

Seorang PR juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan pemegang saham, serta mampu mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam organisasi atau perusahaan. Karena sebagai penyandang dana, mereka harus selalu tahu perkembangan perushaan secara transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Dengan demikian akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurigaan terhadap perusahaan.

Tujuan *Public relations* berdasarkan bentuk kegitan *external public relations* dimaksudkan untuk mendapatkan dukungan dari publik, **Djaja** dalam bukunya **Peranan Humas dalam Perusahaan** dengan maksud untuk :

1. **Memperluas langganan atau pemasaran.**
2. **Memperkenalkan sesuatu jenis hasil suatu produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas.**
3. **Mencari dan mengembangkan modal.**
4. **Memperbaiki citra perusahaan terhdap pendapat masyarakat luas, guna mendapatkan opini publik yang positif (1985:20).**

Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh seorang *Public relations Officer,* yaitu :

1. Hubungan dengan komunitas (*Community Relations*)

Membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terimakasih perusahaan terhdap komunitas. Dengan begitu menunjukan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama. Hubungan dengan komunitas ini seringkali diwujudkan dalam program CSR (*Corporate Social Responsibility*).

1. Hubungan dengan pelanggan (*Costumer Relations*)

Membina hubungan baik dengan pelanggan, dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan itu sendiri.

*Costumer Relations* dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain *plain tour,* iklan, film, pameran, publisitas, brosur, dan juga *special events*.

1. Hubungan media massa dan pers (Media & Press Relations)

Hubungan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktifitas komunikasi humas dengan publik. Dengan hubungan baik dengan media pers, perushaan bias mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan negative atau salah tentang perusahaan di media massa. Hubungan dengan pers dapat dilakukan melalui kontak formal dan informal. Bentuk hubungan melalui formal antara lain konferensi pers, wisata pers (press tour), taklimat pers (press briefing), dan respesi pers. Sedangkan bentuk hubungan melalui kontak informal antara lain keterangan pers, wawanacar pers, dan jumpa pers (*press gathering*).

1. Hubungan dengan pemerintah (*Government Relations*)

Hubungan yang baik dengan pemerintah bias memudahkan perusahaan dalam menyesuaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut dapat terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum.

* + 1. **Prostitusi**

Prostitusi adalah berasal dari bahasa Latin yaitu *pro-stituere* atau *pro-stauree,* yang artinya membiarkan diri berbuat zina, melakukan persundalan, pencabulan, dan pergendakan.Sedangkan *prostitute* adalah pelacur atau sundal dikenal pula dengan istilah WTS atau *wanita tunasusila*. Dan pelacuran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang celaka atau perihal menjual diri (persundalan) atau orang sundal.

Menurut istilah, prostitusi di artikan sebagai suatu pekerjaan yang bersifat menyerahkan diri atau menjual jasa kepada umum untuk melakukan perbuatan-perbuatan seksual dengan mendapatkan upah sesuai dengan apa yang diperjanjikan sebelumnya.Pelacuran atau prostitusi adalah penjualan jasa seksual, seperti seks oral atau hubungan seks, untuk uang. Seseorang yang menjual jasa seksual disebut pelacur, yang kini sering disebut dengan istilah pekerja seks komersial (PSK).

Profesi sebagai PSK dikatakan oleh Kartini Kartono sebagai profesi yang sangat tua usianya yang berupa tingkah laku bebas tanpa kendali untuk melampiaskan nafsu seks kepada lawan jenisnya tanpa mengenal batas-batas kesopanan. Prostitusi selalu ada pada semua negara sejak zaman purba sampai sekarang dan senantiasa menjadi obyek urusan hukum baik hukum positif maupun hukum agama dan tradisi karena dengan perkembangan teknologi, industri, kebudayaan manusia turut berkembang pula prostitusi dalam berbagai bentuk dan tingkatannya.

Permasalahan ekonomi merupakan hal yang mendasar dalam sebuah pelacuran, namun kita harus melihat fenomena ini secara keseluruhan. Sebab-sebab terjadinya pelacuran haruslah dilihat pada faktor-faktor endogen dan eksogen. Faktor-faktor endogen yang mempengaruhi munculnya pelacuran atau prostitusi seperti nafsu seks yang besar, sifat malas, dan keinginan yang besar untuk hidup mewah, sedangkan faktor eksogen seperti faktor ekonomis, urbanisasi yang tidak teratur, keadaan perumahan yang tidak memenuhi syarat, dan seterusnya.

Bisnis prostitusi atau pelacuran dapat dilihat ke dalam beberapa tipe sesuai dengan kelas pekerja seks yang satu dengan yang lainnya. Indikator yang membedakan adalah: umur, penampilan busana, fisik, wajah, tinggi badan, tariff, pelayanan di kamar, kemampuan berkomunikasi, pendidikan, lokasi “bermain” seks, sarana dan prasarana berkomunikasi. Tipe-tipe bisnis prostitusi dapat dilihat sebagai berikut:

1. Bisnis prostitusi tipe I

Ciri-ciri bisnis prostitusi tipe I adalah sebagai berikut:

* 1. Pekerja seks yang melayani para konsumen kelas menengah ke atas.
  2. Menuntut profesionalisme yang tinggi dan didukung dengan paras yang cantik, tubuh yang terawat, pendidikan minimal

SMA, wawasan yang luas, komunikatif, cerdas “bermain” seks dengan beragam gaya, mampu memuaskan tamu, dan dilengkapi dengan telepon seluler.

* 1. Bisnis mereka diatur oleh seorang yang disebut dengan germo yang juga sekaligus sebagai pemilik pekerja seks. Tentunya keuntungan yang didapat dibagi sesuai dengan perjanjian yang dibuat antara germo dengan pekerja seks komersial.
  2. Seorang germo juga memenuhi segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh para pekerja seks. Germo juga yang bekerja sebagai penghubung antara perempuan pekerja seks komersial dengan para konsumen.
  3. Tempat pelayanan tipe bisnis prostitusi ini bisanya di hotel berbintang, apartemen, atau rumah yang sudah menjadi *home* *base* mereka.

1. Bisnis prostitusi tipe II :

Ciri –ciri bisnis prostitusi tipe II sebagai berikut :

1. Bisnis prostitusi ini dijalankan untuk kebutuhan seks golongan kelas menengah ke bawah.
2. Bisnis ini dijalankan tanpa campur tangan gremo sebagai perantara konsumen dengan pekerja seks komersial.
3. Mereka berdomisili di dekat area prostitusi dengan cara kost atau mengontrak rumah.
4. Handphone atau alat komunikasi lainnya merupakan alat yang dapat dijadikan sebagai penghubung dengan para konsumen.
5. Mereka sangat selektif dalam memilih konsumen yang akan menggunakan jasa mereka untuk meminimalisir resiko karena pekerjaan mereka ini tidak dilindungi gremo.
6. Bisnis prostitusi tipe III

Ciri-ciri prostitusi tipe III sebagai berikut :

1. Prostitusi ini dijalankan di tempat yang sudah dikhususkan oleh pemerintah atau yang sering disebut sebagai tempat lokalisasi.
2. Pekerja seks komersial untuk memilih prostitusi di tempat lokalisasi di dorong oleh beberapa faktor seperti kejenuhan, kurangnya pengalaman, usia yang sudah tidak lagi muda, ketatnya persaingan maupun pertimbangan meminimalisir resiko.
3. Praktek prostitusi ini dijalankan dengan bantuan germo sebagai pemilik lokalisasi dan pekerja seks komersial.
4. Germo di tempat lokalisasi ini menempatkan peraturan kepada pekerja seks sehingga mereka tidak memiliki kebenaran.
5. Bisnis prostitusi tipe IV :

Ciri-ciri bisnis prostitusi tipe IV sebagai berikut :

1. Menempati lokalisasi yang tidak legal.
2. Persaingan antar perempuan pekerja seks tidak terlalu ketat.
3. Bekerja sendiri mencari konsumen
4. Menawarkan negosiasi mengenai tarif untuk menemukan kecocokan.
5. Bisnis prostitusi tipe V

Ciri –ciri bisnis prostitusi tipe V adalah sebagai berikut :

1. Lokasi prostitusi berada di pinggir jalan, sepanjang aliran sungai, kuburan, tepi pantai, maupun tempat lainnya.
2. Tidak ada gremo yang mengatur pekerja seks
3. Tarif pelayanan tergantung dari negoisasi dengan konsumen’
4. Umur tidak lagi muda.

**2.1.5 Perkembangan Media Sosial**

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses berbagai macam media sosial, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone* atau *smartphone* atau  *gadget*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan *social media* dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, foto, video, grafis, dan berbagai model isi lainnya.

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Awal mula terbentuknya media sosial terjadi pada tahu 1978 dari penemuan sistem papan buletin, yang dapat memungkinkan kita untuk mengunggah, atau mengunduh informasi, dapat berkomunikasi dengan mengunakan surat elektronik yang koneksi internetnya masih terhubung dengan saluran telepon dengan modem. Sistem papan buletin ini ditemukan oleh Ward Christensen dan Randy Suess yang keduanya adalah sesama pecinta dunia komputer.  Perkembangan media sosial pertaman kali dilakukan melalui pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti **ARPA ( Advanced Research Project Agency)** pada tahun 1971.

Berikutnya pada tahun 1995 kelahiran dari situs **GeoCities**, situs ini melayani Web Hosting yaitu layanan penyewaan penyimpanan data - data website agar halaman website tersebut bisa di akses dari mana saja, dan kemunculan GeoCities ini menjadi tonggak dari berdirinya website - website lain. Dua tahun selanjutnya pada tahun 1997 muncul situs jejaring sosial pertama yaitu **Sixdegree.com** walaupun sebenarnya pada tahun 1995 terdapat situs Classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial namun, Sixdegree.com di anggap lebih menawarkan sebuah situs jejaring sosial di banding Classmates.com

Tahun 1999 uncul situs untuk membuat blog pribadi, yaitu **Blogger**. Situs yang menawarkan penggunanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun. termasuk hal pribadi ataupun untuk mengkritisi pemerintah. Sehingga bisa di katakan blogger ini menjadi tonggak berkembangnya sebuah media sosial. Kemudian 2002 berdirinya sebuah media sosial yang sangat mendominasi dan banyak digemari pada eranya yaitu **Friendster**, situs jejaring sosial yang pada saat itu menjadi booming, dan keberadaan sebuah media sosial menjadi fenomenal.

Semakin maju teknologi, makin beragam pula media sosial yang bermunculan. Pada jaman yang beranjak moderen, tepatnya tahun 2003 berdiri **LinkedIn**, media sosial yang tak hanya berguna untuk bersosial, LinkedIn juga berguna untuk mencari pekerjaan, sehingga fungsi dari sebuah Media Sosial makin berkembang. Di tahun yang sama **MySpace** menawarkan kemudahan dalam menggunakannya. Media sosial untuk mengobrol, berbagi moment dan foto bisa dilakukan penggunanya hanya dengan mengisi data akun, sehingga myspace di katakan situs jejaring sosial yang *user friendly*.

Setahun kemudian tepatnya 2004 lahirlah media sosial dengan jutaan pengguna bahkan hingga saat ini yaitu **Facebook**. Situs jejaring sosial yang terkenal hingga sampai saat ini, merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak di dunia. Disusul setahun kemudian tepatnya 2006 kelahiran media sosial yang tak kalah menarik dari Facebook dan memiliki pengguna yang sangat banyak juga. Situs jejaring sosial **Twitter** yang berbeda

dengan yang lainnya, karena pengguna dari Twitter hanya bisa mengupdate status atau yang bernama Tweet ini yang hanya di batasi 140 karakter.

Pada 2007 diciptakanlah **Wiser**, situs jejaring sosial pertama sekali diluncurkan bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007. Situs ini diharapkan bisa menjadi sebuah direktori online organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk pergerakan lingkungan baik dilakukan individu maupun kelompok. Tahun 2010 awal mula media sosial **Instagram** muncul atas pemikiran dari dua orang Michel "Mike" Krieger (lahir 4 Maret 1986) yang merupakan seorang pengusaha Brasil dan insinyur perangkat lunak, yang mungkin paling dikenal sebagai co-founder Instagram, bersama Kevin Systrom. Lahir di Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil, Krieger pindah ke California pada tahun 2004 untuk menghadiri Stanford University. Di Stanford, di mana ia belajar sistem simbol, ia bertemu Kevin Systrom.

Keduanya mendirikan Instagram di 2010. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui *Apple App Store* dan *Google Play*.

Selanjutnya perkembangan media sosial tidak berhenti sampai di Instagram saja. Tepat pada tahun 2011 muncul media sosial yang bernama **Google+**, yang mana perusahaan google meluncurkan situs jejaring sosialnya yang bernama google+, namun pada awal peluncuran. google+ hanya sebatas pada orang yang telah di *invite* oleh google. Setelah itu google+ di luncurkan secara umum.

Kemajuan media sosial pun terus berkembang dari tahun ketahun. Setelah adanya google+ adapula aplikasi media sosial yang sedang ramai pada tahun 2016 yaitu aplikasi *live streaming* salah satunya yaitu aplikasi ***Nonolive***. Aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi yang mewarnai dunia media sosial yang banyak sekali macam-macam nya.

Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas *digital marketing*, seperti *Social Media Maintenance, Social Media Endorsement* dan *Social Media Activation*. Oleh karena itu, Media sosial kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *Digital Agency.*

* + 1. **Aplikasi *Nonolive***

Nonolive adalah sebuah social media live streaming. Nonolive hadir dan membawa sebuah alternatif untuk menyaksikan siaran langsung melalui perangkat mobile pengguna. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi momen yang sama pada saat yang bersamaan, selain itu pengguna tidak hanya bisa melihat, tapi juga bisa berinteraksi sehingga terasa seperti dunia nyata. Aplikasi Nonolive yang ikut memeriahkan sebagai salah satu aplikasi untuk live streaming,  ini juga menjadi peluang menciptakan sistem bisnis yang baru.

Fitur utama aplikasi Nonolive :

1. Nonton Live show: Menyanyi, menari, bermain pokemon go, talk show dan banyak lagi.
2. Streaming dari Hp: Pengguna bisa melakukan live streaming dari Hp kapanpun dimanapun.
3. Interaksi secara langsung:  Ngobrol dengan host yang sedang live streaming dengan cara chat dan kirimi mereka hadiah.

Faktor-faktor yang mendorong munculnya fenomena prostitusi dengan menggunakan aplikasi Nonolive dan mekanisme dalam menjalankan praktik prostitusi tersebut akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Mekanisme akan merujuk pada transaksi seks yang dilakukan oleh pekerja seks komersial dengan memanfaatkan aplikasi Nonolive sebagai media untuk menawarkan jasa pelayanan seks.

* 1. **Kerangka Teoritis**
     1. **Fenomenologi**

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abab ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengeetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Imanuel Kant memulai sesekali menggunakan Istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya johann Gottlieb Fitchte dan G. W. F. Hegel. Pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Karena pada abad inilah , pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pengindraan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Sedangkan di sisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia (rasio). Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akallah yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Menurut aliran ini, pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Kemudian filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Immanuel Kant** dalam Fenomenologi buku dari **Engkus** menyebutkan bahwa fenomena adalah:

**Fenomena adalah sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara pengindraan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya). (2009:4)**

Jadi bisa kita simpulkan pula bahwa imanuel kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun (abad 18 dan 19).

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilah unsur mana yang berasal dari pengamalan (*phenomena*), dan mana yang terdapat dalam akal (*noumena* atau *the thing in its self*). Fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat eropa sepanjang abad ke-20.

Setelah itu kemudian muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakan dasar fenomenologi lebih tegas lagi. 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.** Kemudian ia membedakan antara fenomena mental dengan fenomena fisik (objek atau persepsi eksternal yang dimulai dari warna dan bentuk). Jadi bagi Bretano, fenomena fisik ada karena “kesengajaan”, dalam tindakan sadar (*intentional in existence*).

Lebih lanjut lagi menurut **Bretano** yang di kutif **Engkus** dalam bukunya fenomenologi¸ pengertian fenomenologi adalah :

**Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam “kesadaran” kita, baik dalam bentuk persepsi, khalayan, keinginan, atau pikiran. (2009:5)**

Bila kita bandingkan dengan pemikiran sebelumnya yang diungkapkan oleh Immanuel Kant, pengertian tentang fenomenologi yang diungkapkan oleh bretano ini lebih luas. Pengertian fenomenologi ini juga yang mengantarkan pada sebuah fenomenologi yang lebih hakiki.

Selanjutnya Bretano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan fenomenologi deskriptif mendefinisikan dan mengkasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk diantaranya persepsi, pendapat, dan emosi. Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu berhubungan dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Bretano dengan fenomenologi tahun 1889.

Pada masa berikutnya, selain bretano dan william james dengan *principles of psycology* (1891), berkembang pula teori semantik atau logika dari Bernard Bolzano dan Edmund Husserl (logika modern), termasuk Gottlob Frege.

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

Menurut husserl yang dikutif Engkus dalam bukunya Fenomenologi menjelaskan bahwa :

**Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja (*intentional objects*), dan tindakan sadar subjektif. Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang terhubung dengannya. (2009:6)**

Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan noesis, dan sedangkan istilah noema untuk isi dari kesadaran itu. Noema dari tindakan sadar disebut Husserl sebagai makna ideal dan objek sebagaimana tampak. Fenomena (objek sebagaimana tampak) adalah noema. Interpretasi Husserl ini menjadi dasar dari teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan (apakah noema salah satu aspek dari objek, ataukah media dari tujuan).

Singkatnya, fenomenologi husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika.

Dari beberapa perkembangan serta berbagai pendapat mengenai fenomenologi, ini menjadikan fenomenologi menjadi semakin berkembang, yang kemudian banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi adalah ranah filsafat. Pada umumnnya pembahasan filosfis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontologi, epistemologi, etika, dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

1. Fenomenologi dan Ontologi

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

Sebagai pengembangan pembahasan ontologi, fenomenologi Husserl kemudian mencoba membuat teori pengandaian mengenai “keseluruhan dan bagiannya” (*universals and particulars*), hubungan keseluruhan dan bagiannya, dan teori tentang makna ideal.

1. Fenomenologi dan Epistimologi

Berkenaan dengan epistimologi yang bertugas untuk membantu kita dalam menemukan pengetahuan , fenomenologi terutama mebantu dalam mendefinisikan fenomena. Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomena-lah pengetahuan itu berada. Disisi yang lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaraan dan jenis-jenis khusus pengetahuan orang pertama, melalui bentuk-bentuk intuisi. Menurut husserll sebagai epistemologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk mencapai kebenaran dan pengetahuan.

Demikianlah pembahasan fenomenologi dihubungkan dengan bidang-bidang inti dari filsafat. Jelas kiranya penambahan bidang fenomenologi bagi ilmu sosial masih menjadi perdebatan hingga saat ini. Namun kedudukan fenomenologi sebagai sebuah aliran filsafat kiranya tidak perlu diragukan lagi. Apalagi secara historis, fenomenologi merupakan bagian dari filsafat, sebagaimana halnya matematika dan logika. Kemampuan fenomenologi dalam memenuhi kriteria ilmu ditinjau dari bidang-bidang inti filsafat pun, secara tidak langsung telah mengukuhkan kedudukan fenomenologi sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri.

1. Fenomenologi dan Logika

Seperti yang diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai makna-lah yang membawa husserl kepada “teori kesengajaan”, yang menjadi jantung fenomenologi. Dalam penjelasannya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantik dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat paada teori logika. Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukan pada bahasa, baik bahasa sehari-hari maupun dalam bentuk simbol-simbol, seperti logika predikat, matematika, dan bahasa komputer.

1. Fenomenologi dan Etika

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

* + 1. **Fenomenologi Alfred Schutz**

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan musik dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodelogi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gamblang dan mudah dipahami. Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (*human of action*) dengan tiga dalil umum yaitu :

1. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis)

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggungjawabkan atau tidak.

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

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti harus memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

1. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan membiasakan bahwa kontruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan kontruksi yang ada dalam realitas sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosial-nya telah mengawinkan fenomenologi transedental-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 disekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologinya didalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

Dalam pandangan Schutz memang ada berbagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif yang disebutnya sebagai *the life world*.

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

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

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam *the life world* ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep ‘dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’. Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowlodge* yang menfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of knowledge* terdiri dari *knowledge of skills* dan *useful knowledge*. *Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada *content* (isi), *meaning* (makna), *intensity* (intensitas) dan *duration* (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (*science*), khususnya ilmu sosial.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti :

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Dalam teori fenomenologi Alfred Schutz ada dua yang hal yang perlu diperhatikan yaitu :

a. Aspek Pengetahuan dan Tindakan

Esensi dari pengetahuan dalam kehidupan sosial menurut Alfred Schutz adalah Akal untuk menjadi sebuah alat kontrol dari kesadaran manusia dalam kehidupan kesehariannya. Karena akal merupakan sesuatu sensorik yang murni dengan melibatkan imajinasi dan konsep-konsep . penglihatan, pendengaran, perabaan dan sejenisnya yang selalu dijembatani dan disertai dengan pemikiran dan aktivitas kesadaran. Demikian pula akal sehat dalam keseharian dan ilmu. Sehingga Alfred Schutz menganggap bahwa apa yang kita lihat adalah bukanlah sesuatu yang sangat konkret dan aktual karena akal selalu melibatkan abstraksi yang sangat kompleks karena yang tampak itu hanyalah bagian luarnya. Sehingga semua pengetahuan itu harus dijembatani dengan oleh konstruksi intelektual yang melibatkan generalisasi, idealisasi, dan abstraksi.

Jadi, fakta yang selama ini yang kita gambarkan merupakan sesuatu yang mampu berbicara untuk dirinya sendiri. Hal tidak akan pernah terjadi karena fakta tersebut merupakan sebuah hasil dari seleksi dan penafsiran. Fakta tersebut selalu membawa makna, dengan demikian jelas bahwa-bahwa fakta itu selalu membawa makna dengan demikian jelas bahwa fakta-fakta itu merupakan sesuatu yang dipilih, ditafsirkan, dan diabstraksikan pengetahuan kita sangat bersifat perspektif oleh karenanya kita hanya menangkap aspek-aspek realitas tertentu saja bukan seluruh realita yang konkret. Epistemologi semacam ini berlaku untuk semua pengetahuan manusia.

Unsur-unsur pengetahuan yang terkandung dalam fenomenologi Alfred Schutz adalah dunia keseharian, sosialitas dan makna. Dunia keseharian adalah merupakan hal yang paling fondasional dalam kehidupan manusia karena harilah yang mengukir setiap kehidupan manusia. Konsep tentang sebuah tatanan adalah merupakan sebuah orde yang paling pertama dan orde ini sangat berperan penting dalam membentuk orde-orde selanjutnya. Kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagi kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia dan mempunyai makna subjektif bagi mereka sebagai satu dunia yang koheren (Berger&Luckamn, 1990: 28).

Sosialitas mengacu pada teori Max Weber mengenai tindakan sosial (social action, soziales handeln). Tindakan sosial yang terjadi setiap hari adalah proses dimana terbentuk berbagai makna (Cambell, 1990 : 89). Ada dua fase pembentukan tindakan sosial. Pertama kali tindakan yang diorientasikan pada benda fisik sehingga belum menjadi tindakan sosial (because Motive), Because motive (motif sebab) merujuk pada masa yang lalu (past World) dengan kata lain rentetan pengalaman dimasa lalu akan menjadi sebuah motivasi untuk tindakan-tindakannya, motif sebab setelah tindakan itu mengorientasikan pada orang dan mendapatkan makna subjektif pada saat itulah terbentuk tindakan social (in order to motive). In order to motif (tujuan yang ingin dicapai) merujuk pada sebuah keadaan pada masa yang akan datang di mana aktor berkeinginan untuk mencapai tindakannyya melalui beberapa tindakannya.

Makna dan pembentukan makna merupakan sumbangan Schutz yang penting dan orisinal kepada gagasan fenomenologi tentang makna dan bagaimana makna membentuk struktur sosial. Kalau orde dasar bagi masyarakat adalah dunia sehari-hari maka makna dasar bagi pengertian manusia adalah common sense, yang terbentuk dalam bahasa percakapan sehari-hari. Common sense didefinisikan sebagai pengetahuan yang ada pada setiap orang dewasa yang sadar. Pengetahuan ini sebagian besar tidak berasal dari penemuan sendiri, tetapi diturunkan secara sosial dari orang-orang sebelumnya. Bahasa ibu misalnya adalah sebuah khasanah pengetahuan pertama bagi setiap orang yang telah dipelajari dan diterimanya begitu saja, tanpa orang mengetes kebenarannya secara sadar.

Common sense terbentuk melalui tipifikasi yaitu penyusunan dan pembentukan tipe-tipe pengertian dan tingkah laku untuk memudahkan pengertian dan tindakan. Tipifikasi ini tidak hanya menyangkut pandangan dan tingkah laku, tetapi menyangkut juga pembentukan makna. Dalam tipikasi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dengan intersubjektivitas Alfred Schutz yaitu :

1. Tipifikasi pengelaman (semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum).

2. Tipifikasi benda-benda (merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai ‘sesuatu yang mewakili sesuatu’.

3. Tipifikasi dalam kehidupan sosial (yang dimaksudkan sosiolog sebagai System, role status, role expectation, dan institutionalization itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Hal ini terjadi karena orang-orang yang terlibat dalam komunikasi melalui bahasa dan interaksi sosial kemudian membangun semacam sistem relevansi bersama, dengan melepaskan dari tiap individu atau tiap peristiwa hal-hal yang bersifat individual untuk merujuk satu atau beberapa ciri yang sama yang dianggap relevan. Penggolongan makna ke dalam berbagai tipe kemudian menghasilkan apa yang oleh Schutz dinamakan daerah makna yang terbatas (the finite province of meaning).

Suatu daerah makna berbeda dengan daerah makna yang lain karena masing-masing memiliki gaya kognitif (cognitive style) yang berbeda dengan memberi tekanan yang berbeda kepada kenyataan (the accent of reality). Tekanan khusus kepada realitas yang terjadi dalam tiap daerah makna hanya dapat terjadi kalau di sana juga terjadi ephoce, yaitu menghilangkan keragu-raguan mengenai segi-segi tertentu dari kenyataan itu, sekurang-kurangnya buat sementara waktu.

b. Realitas Ganda

Dalam hal ini Alfred Schultz memodifikasi dasar-dasar pengertian Williams James “tentang bagian alam semesta” James menyatakan bahwa sesuatu yang mendorong atau merangsang ketertarikan kita akan memberikan sebuah kesan sebagai sesuatu yang nyata, dan kesan kita selalu berada bersama kita selama hal tersebut tidak bertentangan. Kita mengalami berbagai jenis realita atau bagian alam semesta dari dunia fisik yang paling penting, dunia ilmu, hubungan ideal, dunia keyakinan suat suku, dunia supra natural, dunia opini individu, sampai pada dunia kegilaan dan dunia khayalan.

Ketertarikan manusia dalam dunia kehidupan sehari-hari merupakan sesuatu yang sangat praktis sifatnya dan tidak bersifat teoritis. Dalam “Sikap Alami Mereka”, diatur oleh motif pragmatis yakni mereka berupaya mengontrol, menguasai atau mengubah dunia dalam rangka menerapkan proyek-proyek dan tujuan-tujuan mereka. Schultz menyebut kehidupan sehari-hari yang praktis sebagai “dunia kerja” realitas puncak. Kehidupan sehari-hari manusia merupakan sebuah lahan yang harus digarap setiap hari untuk mencapai sebuah tujuan hidup untuk mencapai tujuan ini aktor harus mampu mengolah segala hambatan dari luar maupun dari dalam sesuai dengan rencana sang aktor.

Dalam realitas puncak terdapat harapan-harapan, ketakutan, dan keinginan-keinginan kita mendesak untuk bertindak, merencanakan, mengatasi hambatan-hambatan dan mewujudkan proyek-proyek kita. Tapi yang paling mendasar dalam kehidupan manusia adalah pengetahuan dan ketakutan kita akan Kematian. Ketakutan manusia terhadap Kematian adalah manusia selalu cemas terhadap harapan-harapan yang dia belum capai sebelum meninggal menurut Schultz adalah hal merupakan kecemasan yang fundamental. Kecemasan merupakan elemen yang asasi yang berasal dari pengalaman sosial di dalam dunia kerja atau realitas puncak.

Realitas puncak ini merupakan dunia puncak dari suatu makna, tetapi masih banyak area “makna khusus lainnya. Kalimat, area makna khusus merupakan suat cara untuk menerangkan arus kehidupan sehari-hari manusia dalam berbagai ragam pengalaman yang bermakna dan merupakan arus komunikasi kesadarannya. Dengan realitas puncak masih dapat mengubaah dunia khayalannya, manusia meninggalkan kehendaknya untuk menguasai dunia dan motif-motif pragmatisnya. Dia menjadi pribadi yang penghayal yang bermain dalam berbagai perandan proyek dirinya ke dalam dunia yang dipilihnya sendiri. Kata Schultz, dia memilih kebebasan yang tak bertanggung jawab, yakni kebebasan khusus yang tidak ada dalam realitas puncak dan merupakan dunia yang impian.

Sehingga ada sebuah dunia teori ilmiah, di mana Schultz secara mendefinisikan sebagai sebuah aktivitas bertujuan untuk menaklukkannya. Motivasi praktis demi penaklukan, jelas bukan merupakan elemen proses teoritisasi ilmiah itu sendiri. Kita telah mengetahui bahawa area makna secara khusus bukanlah sebagai suatu hal yang terpisah dengan pembatasan-pembatasan yang ada. Area makna secara khusus itu hanya itu hanya sekedar nama yang dimiliki oleh seseorang dalam kehidupan yang disadari maupun tidak. Pada puncak seluruh pengalaman tersebut dapat dikomunikasikan kepada orang lain dalam bentuk bahasa dan tindakan.

c. Perspektif Timbal balik

Ketika Schultz membahas tentang dunia mikro dari suat interaksi tatap muka, Maka dia juga menggunakan suat istilah seperti “dunia yang ada dalam jangkauan aktual saya” dan “dunia dalam area manipulasi saya”. Dunia mikro yaitu suat area yang ada dalam jangkauan saya sehingga di sini milik saya tidaklah sama dengan dunia yang hadir ke dalam jangkauan saya; sehingga di sini milik anda dan di sana adalah milik saya. Dunia kita adalah dunia yang saing tumpang-tindih sehingga beberapa hal dan beberapa kejadian dapat berada dalam area yang memanipulasi kita. Beberapa objek dan kejadian tampak berbeda dengan tergantung atas titik hubungan kita terhadap tujuan mereka, jarak perspektif, pemahaman ide dan lain sebagainya. Akal sehat, yakni suatu sikap yang kita bagi secara tukar menukar tempat dan jika kita telah mampu melakukan semacam itu masing-masing kita akan melihat dunia yang akan berbeda dengan yang sebelumnya.

Schutz mengidentifikasikan empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *umwelt*, *mitwelt*, *folgewelt* dan *vorwelt*.

1. *Umwelt*, merujuk pada 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 datang.
4. *Vorwelt*, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, sebaiknya peneliti merujuk pada empat tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial sebenarnya berasal dari hasil pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan. Sehingga untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini :

1. *The eyewitness* (saksi mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut.
2. *The insider* (orang dalam), seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagai sistem yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai ‘benar’ atau sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam dari saya.
3. *The analyst* (analis), seseorang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.
4. *The commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi social yaitu :
5. Pertama, perhatian terhadap aktor.
6. Kedua, perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (*natural attitude*).
7. Ketiga, memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
8. Keempat, memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.
   1. **Kerangka Pemikiran**

**Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran**

**FENOMENA PROSTITUSI MELALUI APLIKASI NONOLIVE**

**FENOMENOLOGI**

**( Alfred Schutz)**

1. Penyebab motif (*because motive*) pelaku prostitusi menggunakan aplikasi ***Nonolive***
2. Tujuan motif (*in order to motive*) pelaku prostitusi menggunakan aplikasi ***Nonolive***
3. Makna (arti) aplikasi ***Nonolive*** bagi para pelaku prostitusi dalam kegiatan prostusi