**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Pada dasarnya mempelajari studi komunikasi merupakan bagian paling penting ketika komunikasi dipakai untuk pengantar semua bidang-bidang ilmu yang ada diantarnya, Ilmu Politik, Ekonomi, Budaya dan Sosial. Tentunya dengan segala macam permasalahan-permasalahannya yang timbul akibat perilaku dan komunikasinya. Semakin besar suatu masyarakat yang berarti semakin banyak manusia yang dicakup, cendrung akan semakin banyak masalah yang timbul, akibat perbedaan-perbedaan diantara manusia yang banyak dari berbagai bidang baik itu berasal dari pikirannya, perasaanya, kebutuhannya, sifat tabiatnya, aspirasinya dan ideologinya.

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan Bahasa sebagai alat penyalurnya.

Penggunaan “Bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan, orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan. Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian oleh komunikator jepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan, kedua lambang. Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah Bahasa.

Komunikasi dapat menjadi penyelamat kelangsungan hidup diri seseorang yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan keselamatan pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambis pribadi. Selain itu, dapat pula untuk kelangsungan hidup masyrakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan social dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Komunikasi secara garis besar mempunyai sebagai fungsi komunikasi social, bagaimana hubungan social seseorang dengan lingkungan disekitarnya. Komunikasi sebagai media ekspresif yakni untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Persaan-[erasaan itu dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Komunikasi sebagai ssuatu ritual yaitu suatu komunikasi melakukan upacar-upacara berlainan sepanjang tahun yang disebut *rites of passage.*dalam acara-acarsa ini orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Dan komunikasi instrumental yang berarti menginformasikan, mengejar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan. Tujuan dari komuniaksi instrumental ini yakni bersifat membujuk (persuasif).

Komunikas dalam konteks apapun, adalah bentk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Menurut Rene Spitz, komunikasi (ujaran) adalah jembatan anatara bagian luar dan bagian dalam kepribadian. “mulut sebagai rongga utama adalah jembatan antar persepsi dalam persepsi luar”.

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communication*, yang bersumber dari istilah *“communis”* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dalam kehidupan sehari-hari selain menjadi makhluk individu, manusia juga sebagai makhluk social yang sangat membutuhkan interaksi dengan orang lain. Dari interaksi itulah terjadi komunikasi untuk menyampaikan pesan, saling bertukar informasi dengan orang lain untuk tujuan tertentu.

Ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidispliner, tidak bisa menghindari prespektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks, yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi.

Menurut **Everett M. Rogers**, seorang pakar sosiologi Pedesaan Amerika membuat definisi komunikasi:

**Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian (Rogers dan Kincaid dalam Cangara, 2004;19).**

Dalam pengertian diatas berarti dapat kita tarik beberapa kesimpulan yakni bahwasannya komunikasi adalah proses, komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih, komunikasi adalah pertukaran antara satu sama lain dan komunikasi berujung pada saling pengertian.

**2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi**

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

**Komunikator: Orang yang menyampaikan pesan.**

**Pesan: Pernyataan yang didukung oleh lambang.**

**Komunikan: Orang yang menerima pesan.**

**Media: Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.**

**Efek: Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (2002:6)**

Unsur-unsur dari proses komunikasi di atas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli Ilmu Komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Menurut **Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** proses komunikasi dapat diklarifikasikan menjadi dua bagian, yaitu:

1. **Komunikasi verbal: simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hamper semua rangsangan wicara yang kita sadari masuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.**
2. **Komunikasi non verbal: secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu seting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. (2002:37)**

Perilaku nonverbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi tanpa berbicara komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi, tidak menggunakan kata dengan ketat dan tidak menyamkan komunikasi nonverbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi nonverbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonverbal.

**2.1.3 Fungsi Komunikasi**

**Effendy** dalam mengelompokkan fungsi komunikasi menjadi 4 bagian, seperti yang tertulis dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi** adalah sebagai berikut:

1. **Menginformasikan (*to inform*)**
2. **Mendidik (*to educate*)**
3. **Menghibur (*to entertain*)**
4. **Mempengaruhi *(to influence)* (2007:55)**

Penjelsan lebih lanjut dari bagian-bagian fungsi komunikasi diatas adalah sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*to inform*)

Memberikan informasi kepada masyarakat dan memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain serta segala sesuatu yangdisampaikan oleh orang lain.

1. Mendidik (*to educate*)

Sarana bagi pendidikan. Bahwasanya dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikiran kepada orang lain sehingga orang lain mendpatakan informasi dan pengetahuan.

1. Menghibur (*to entertaint*)

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

1. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

**2.1.4 Tujuan Komunikasi**

 **Effendy,** dalam bukunya **Ilmu, Teoridan Filsafat Komunikasi,** menyebutkna tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut :

1. **Mengubah sikap**

**Setiap pesan baik itu berupa berita atau informasi yang disampaikan secara luas baik secara antarpersonal dapat merubah sikap sasarnya secara bertahap.**

1. **Mengubah Opini/pendapat/ pandangan**

**Memberikan berbagai informasi kepada masyrakat dengan tujuan akhirnya supaya masyrakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.**

1. **Mengubah Perilaku**

**Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.**

1. **Mengubah Masyarakat**

**Perubahasn social dan partisipasi social. Memberikan berbagai informasi kepada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. (2003:55).**

Komunikasi memiliki pengaruh yang besarbagi si penerima pesan atau informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut dapat mengunah sikap, opini, atau pendapat, perilaku bahkan dapat mengubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator.

**2.1.5 Proses Komuikasi**

 **Effendy,** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Komunikasi,** menjelaskan proses komunikasi dari dua persepektif, yaitu :

1. **Proses Komunikasi dalam Persepektif Psikologis**

**Proses persepektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seseorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka didalm dirinya terjadi suatu proses. Di muka telah ditegaskan bahwa pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sesangkan lambang umumnya adalah Bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu “*picture in our lead”,* sedangkan Walter Hageman menamakannya “*das Bewustseininhalte”.* Proses “mengemas” atau “membungkus” pikiran dengan Bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam Bahasa komunikasi dinamakan *encoding.* Hasil *encoding* berupa pesan, kemudian ia transmisikan atau kirimkan kepada komunikan.**

**Kini giliran komunikan terlibat dalam proses komunikasi interpersonal. Proses dalam diri komunikan disebut *decodong*seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Isi bungkusan tadi adalah pikiran komunikator. Apabila komuinkan egerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi, sebaliknya jika komunikan tidak mengeti denga nisi pesan tersebut maka komuniaksi tidak akan terjadi.**

1. **Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistis**

**Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau melemparkan dengan bibir kalua liasan atau tangan jika tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan darri komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera-indera lainnya.**

**Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situsional, bergantung kepada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Adakalanya komunikannyaseorang, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan *komunikasi interpersonal* atau  *komunikasi antarpribadi,* kadang-kadang komunikannya sekelompok orang. Komunikasi dalm situasi sepetri itu disebut komunikasi kelompok, acapkali juga komunikannya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan *komunikasi massa. (2003:31-32)***

Manusia sebelum mekakukan komunikasi dengan orang lain, mereka melakukan proses dari dalam dirinya yakniketika seseorang atau komunikator berniat atau menyampaikan suatu pesan, lalu ia membungkus pesan yang akan disampaikan kepada komunikannya. Setelah itu, baru ia menyampaikan pesan tersebut secara lisan yakni dengan berbicara kepada komunikan ataupun secara tulisan.

* + 1. **Prinsip-prinsip Komunikasi**

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

1. **Komunikasi adalah proses simbolik. Salah satu kebtuhan pokok manusia, seperti yang dikatakan K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya.**
2. **Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi. Kita tidak dapat berkomunikasi. Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberi makan pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri.**
3. **Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.**
4. **Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan. Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan, dari komunikasi disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari.**
5. **Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Makna pesan juga bergantung pada kontek fisik, ruang, waktu, sosial dan psikologis.**
6. **Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi. Komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya, orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan atau merespon.**
7. **Komunikasi bersifat sistematik. Setiap individu adalah system yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung. Hal itu juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal terhubung menjadi satu.**
8. **Semakin mirip latar belakang sosial budaya, semakin efektiflah komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para peserta komunikasi.**
9. **Komnikasi bersifat nonkonsekuinsial. Sebenarnya komunikasi manusia dalam bentuk dasarnya besifat dua arah (tatap muka).**
10. **Komunikasi bersifat prosensual, dimanis dan transaksional. Komunikasi tidak punya awal dan tidak punya akhir, melainkan proses yang sinambungan.**
11. **Komunikasi bersifat *irreversible*. Sekali megirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan.**
12. **Komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah. Komunikasi bukanlah panasea (obat mujarab) untuk menyelesaikan persoala atau konflik, karena ersebut mungkin berkaitan dengan masalah structural. (2015:91-127)**

**2.2 Komunikasi Kelompok**

Komunikasi Kelompok *(group communication)* berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Berdasarkan karakterisitik komunikasi kelompok dibagi menjadi dua yaitu:

1. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil *(small/micro group communication)* adalah komunikasi yang :

1. Ditunjukan kepada kognisi komunikan
2. Prosesnya berlangsung secara dialogis

Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukan pesannya kepada benak atau pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceremah, diskusi, seminar, rapat dan lain-lain. Dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting. Komunnikan akan dapat menilai logis tidaknya uraian komunikator.

Ciri yang kedua dari komunikasi kelompok kecil adalah bahwa prosesnya berlangsung secara dialogis, tidak linear, melainkan sirkular. Umpan balik terjadi secara verbal. Komunikan dapat menggapai uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti, dapat menyanggah bila tidak setuju dan lain sebagainya.

Menurut **Robert F. Bales** yang dikutip **Onong** dalam buku **Ilmu, Teori dan Falsafah Komunikasi** mendefinisikan kelompok kecil sebagai :

**Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka, dimana setiap anggota mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara, sehingga dia pada saat timbul pertanyaan maupun sesudahnya dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing perorangan (2003:72).**

1. Komunikasi kelompok besar

Sebagai kebalikan dari kelompok kecil, komunikasi kelompok besar (*large/macro communication)* adalah komunikasi yang :

1. Ditunjukan kepada efesi komunikasi
2. Prosesnya berlangsung secara linear

Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditunjukan kepada afeksi komunikasi, kepada hatinya atau kepada perasaannya. Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya rapat raksasa disebuah lapangan. Komunikan pada komunikasi kelompok kecil umumnya bersifat homogen yaitu sekelompok orang yang sama jenis kelaminnya, sama pendidikannya sama status sosialnya, maka komunikan pada komunikasi kelompok besar umumnya bersifat heterogen; mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama, dan lain sebagainya.

Mereka yang heterogen dalam jumlah yang relatif sangat banyak dan berada disuatu tempat sendiri disebuah lapangan seperti itu, dalam psikologi disebut massa, yang dipelajari psikologi massa. Dalam situasi seperti itu, khalayak yang diterpa suatu pesan komunikasi menanggapinya lebih banyak dengan perasaan ketimbang dengan pikiran. Komunikator yang muncul dalam komunikasi kelompok besar yang menghadapi massa rakyat dinamakan orator atau retor, yang mahir memukau khalayak. Ia menyampaikan pesan dengan suara keras dan lantang nadanya, tidak mononton dan kata-katanya bombastis. Khalayak tidak diajak berfikir logis,melainkan diajak berperasaan gairah, seperti halnya dengan pidato Hitler di stadium Neurenberg semasa perang dunia II, dalam situasi komunikasi seperti itu terjadi apa yang disebut *“infections exaltation”* atau penjalaran semangat yang bernyala-nyala, sejenis histeris atau hipnotis secara kolektif yang mempengaruhi pikiran dan tindakan.

Proses komunikasi kkelompok besar bersifat linier, satu arah dari titik yang satu ketitik yang lain, dari komunikator ke komunikan. Tidak seperti pada komunikasi kelompok kecil yang seperti telah diterangkan tadi berlangsung secara sirkular, dialogis, bertanya jawab. Dalam pidato dilapangan amat kecil emunginannya terjadi dialog antara seorang orator dengan salah seorang dari khalayak massa.

**2.3 Fenomenologi**

**2.3.1 Sejarah Fenomenologi**

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel Kant memulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Fitchte dan G.W.F. Hedel. 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.

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 mengkuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Immanuel Kant** dalam **Fenomenologi Engkus** menyebutkan bahwa fenomena adalah:

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

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

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

Setelah itu kemudian muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakkan dasar fenomenologi lebih tegas lagi. Dalam tulisannya yang berjudul *Psychology from an Emprical Standpoint* (1874). Bretano mendefinisikan **fenomena sebagai sesuatu yang terjadi dalam pikiran. Sedangkan fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar**. 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*).

Menurut **Bretano** yang dikutip oleh **Engkus** dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi**, pengertian fenomenologi adalah:

**Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam ‘kesadaran’ kita, baik dalam bentuk persepsi, khayalan, keinginan atau pikiran. (2009:5)**

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

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

Pada masa berikutnya, selain **Bretano** dan **William James** dengan ***Principle of Psychology* (1891),** berkembang pula teori semantic 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 terinspirasi oleh pemikiran Bolzano mengenai logika idela dan psikologi deskriptif.

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

**Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja I *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. 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 dalam ranah filsafat. Pada umumnya pembahasan filosfis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontologi, epistemology, etika dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

1. **Fenomenologi dan Ontologi**

Ditinjau dari ontology, fenomenologi mempelajari sifat-sifat alami kesadaran seacra ontologis, fenomenologi akan dibawa ke dalam permasalahan mendasar jiwa dan raga (*traditional mind-body problem*). Sebagai pengembangan pembahasan ontology, 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 fan Epistomologi**

Berkenaan dengan epistomologi yang bertugas untuk membantu kita dalam menemukan pengetahuan, fenomenologi terutama membantu dalam mendefinisikan fenomena. Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomenalah pengetahuan itu berada. Di sisi yang lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaran dan jenis-jenis Husserl sebagai epistomologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk mencapai kebenaran dan pengetahuan.

1. **Fenomenologi dan Logika**

 Seperti yang diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai maknalah yang membawa Husserl kepada ‘teori kesengajaan’, yang menjadi jantung fenomenologi. Dalam penjelasannya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantic dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat pada teori logika. Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukan pada bahasa, baik bahasa sehari-hari maupun dalam bentuk symbol-simbol, seperti logika predikat, matematika dan bahasa computer.

1. **Fenomenologi dan Etika**

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

**2.3.2 Fenomenologi Alfred Schutz**

Schutz dengan aneka lata 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 fenomenlogi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

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

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

1. ***The Postulate of Logical Consistency* (Dalil Konsistensi Logis)**

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan lenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggung jawabkan ataukah tidak.

1. ***The Postulate of Subjective Interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)**

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

1. ***The Postulate of Adequacy* (Dalil Kecukupan)**

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

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosialnya telah mengawinkan fenomenologi transendentalnya Husserl dengan konsep *verstehen* yang merupakan buah pemikiran weber.

Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transendental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji ‘sesuatu yang muncul’, mengkaji fenomena yang terjadi di sekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologisnya di dalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

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

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu ***pertama***, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). ***Kedua***, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). ***Ketiga****,* dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. ***Keempat***, 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 knowledge* yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of knowledge* terdiri dari *knowledge of skills* dan *useful knowledge*. *Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada *content* (isi), *meaning* (makna), *intencity* (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 intersubyektif dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:

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

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

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

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

1. Tipifikasi Pengalaman

Semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum.

1. Tipifikasi Benda-benda

Merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai ‘sesuatu yang mewakili sesuatu’.

1. Tipifikasi Dalam Kehidupan

Yang dimaksudkan sosiolog sebagai *system, role status, role expectation* dan *institutionalization* itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial.

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

1. ***Unwelt***, 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.

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 Inside* (Orang Dalam), yaitu seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagi system yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai ‘benar’ atau sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam diri saya.
3. *The Analyst* (Analis), yaoti seseorang yang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.
4. *The Commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi sosial, yaitu:
5. *Pertama*, perhatian terhadap aktor.
6. *Kedua*, perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (*natural attitude*).
7. *Ketiga*, memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
8. *Keempat*, memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

**2.4 Komunitas**

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

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

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

Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari Bahasa Latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari *communis*  yang berarti “sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak”.

Istilah *community* dapat diterjemahkan sebagai “masyrakat setempat”, istilah lain menunjukan pada warga-warga sebuah kota, suku, atau suatu bnagsa. Apabila anggota-anggota suatu kelompok baik itu kelompok besar ataupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga mereka merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidup yang utama, maka kkelompok tadi dapat disebut masyrakat setempat. Intinya mereka menjalin hubungan social (*social relationship).*

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

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

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

**2.5 Gaya Hidup (*Lifestyle*)**

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

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

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

Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.

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

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

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

Gaya hidup menurut Kotler (2002, p. 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Assael (1984, p. 252), gaya hidup adalah “*A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)”.*

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002, p. 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup menurut Suratno dan Rismiati (2001, p. 174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Dari berbagai di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen.

* + 1. **Bentuk-bentuk Gaya Hidup**

Ada beberapa bentuk gaya hidup, anatara lain:

1. Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan diri itu justru mengalami estetisiasi, “estetisiasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh/diri dalam kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyok, benih penyamaian gaya hidup. “kamu bergaya maka kamu ada!” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industry gaya hidup untuk sebagian besar adalah industry penampilan.

1. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyrakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para plitisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (culture image) dan budaya citra rasa (taste culture) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya hidup visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan mempresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (subtle) arti pentingnya citra diri untu tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilohan citra rasa yang kita buat.

1. Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutkhir dalam dunia promsi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis selebriti (*celebrity based culture)*, para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesoris fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang dialami selebriti *(celebrity inspired identity)* cara mereka berselancara di dunia maya (internet), cara mereka gonta ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

1. Gaya hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutla kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukakan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resio dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan mereka untuk menentukan pilihanya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

1. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya akan mencari kesenangan, seperti lebih bnayak mengahabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, medeling dari artis yang di idolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaraan dan tanggung jawab dalam pola prilakunya.

* + 1. **Faktor – factor yang menpengaruhi Gaya hidup**

Seseorang dapat dilihat dari prilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunaan barang-barang dan jasa, termasuk didalmnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa factor- factor yang mempanguruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaaitu factor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan factor yang berasal dari luar (eksternal).

Menurut **Amstrong** yang dikutip **Nugraheni** dalam buku **Gaya Hidup Berkomunitas,** factor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penejelasannya sebagai berikut :

1. **Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan piker yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosialnya.**
2. **Pengalaman dan pengamatan, pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalama dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, memlalui belajar orang aan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.**
3. **Kepribadian. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berprilaku yang menentukan perbedaan** **prilau dari setiap individu.**
4. **Konsep diri, factor lain yang menentukan kepribadian individu dalm konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan prilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena onsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal perilaku.**
5. **Motif, perilaku individu muncul kkarena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gay hidup hedonis.**
6. **Persepsi, persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterprestasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia. (2003:39).**

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh **Nugraheni** dakam buku **Gaya Hidup Berkomunitas** sebagai berikut :

1. **Kelompok referensi. Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langusung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memebrikan pengaruh langsung adalh kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompom yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan mengahdapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.**
2. **Keluarga. Keluarga memegang peranan dan terlama dalam pembentukan sikap dan prilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.**
3. **Kelas sosial, kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyrakat, yang tersususn dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pook dalam system sosial pembagian elas dalam masyrakat. Yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.**
4. **Kebudayaan. Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyrakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normative, meliputi ciri-ciri pola piker, merasakan dan bertindak. (2003:40).**

Berdasarkan uraian diatas dapat dismpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengarui gaya hidup berasal dari dalam (internal) dan dari luar (esternal). Factor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Adapun factor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Orang-orang yang berasa dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkunganya. Pemasar mencari hubungan antara produknya dengan kelompok gaya hidup konsumen. Contohnya, perusahaan penghasil computer mungkin menemukan sebagaian besar pemebeli computer berorientasi pada pencapaian persentasi. Dengan demikian, pemasar dapat dengan lebih jelas mengarahkan mereknya ke gaya hidup orang yang berprestasi.

Terutama bagaiman dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk image dimata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Untuk merefleksikan image inilah, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu, yang sangat berperan dalam mempengaruhi prilaku konsumsinya.

Fenomena ini pokok pangkalnya adalah stratifikasi sosial, sebuah struktur sosial yang terdiri dari lapisan-lapisan:

1. Dari lapisan teratas sampai lapisan terbawah
2. Dalam struktur masyrakat modern
3. Status sosial haruslah diperjuangkan
4. Dan bukannya diberi atau berdasarkan garis keturunan.

Selayaknya status sosial merupakan penghargaan masyarakat atas prestasi yang dicapai oleh seseorang. Jika seseorang telah mencapai suatu presentasi tertentu, ia layak ditemoatkan pada lapisan tertentu dalam masyrakatnya. Semua orang diharapkan mempunyai kesempatan yang sama untuk meraih prestasi, dan melahirkan kompetisi untuk merahinya.