**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan – tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, diantara dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi dalam konteks publik secara lokal, nasional, regional, dan global atau melalui media massa. Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara verbal, non verbal,, langsung dan tidak langsung. Komunikasi juga merupakan aktifitas dasar manusia, tidak dapat dipungkiri dalam era teknologi modern seperti saat ini, kehidupan manusia sangat bergelut dengan waktu akses informasiyang cepat, padat , serta akurat , menjadi suatu kebutuhan pokok bagi setiap individu.

 Perkembangan teknologi khususnya *smartphone* mempengaruhi cara praktisi *Public Relations* untuk menjalin komunikasi dengan publiknya. Contohnya adalah praktisi Humas akan lebih mudah mendapatkan informasi terbaru dan memudahkan berkomunikasi. Selain itu juga *smartphone* sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan dalam berkomunikasi.

 Praktisi *Public Relations* tidak menguasai teknologi terbaru, maka hal tersebut menjadi suatu kerugian besar bagi perusahaan atau organisasi tempatnya bekerja. Perkembangan teknologi akan selalu berbanding lurus dengan tugas dan peran *Public Relations*. Namun, keberadaan teknologi khsusnya media Internet dalam ranah kerja praktisi *Public Relations* tidak serta merta mengesampingkan peran media konvensional seperti media massa televisi dan radio. Bagaimanapun kata-kata yang dilontarkan seorang praktisi *Public Relations* secara langsung melalui media televisi akan lebih dipercaya public dibandingkan dengan serangkaian kata – kata yang ditulis di halaman situs web dunia maya. Semua jenis media akan saling mendukung dan melengkapi satu sama lain. Untuk itu seorang *Public Relations* yang baik harus dapat beradaptasi dalam penggunaan berbagai macam media demi tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi tempatnya berkarya.

 Media sosial merupakan salah satu kebutuhan yang mendasar bagi manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, munculah kebutuhan untuk dapat berkomunikasi secara langsung walaupun terpisah jarak yang jauh. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi, komunikasi didunia maya akhirnya menjadi salah satu solusi untuk kebutuhan tersebut dan menjadi salah satu aktivitas yang sering dijalani dalam kehidupan sehari-hari.Internet dan jejaring sosial memungkinkan seorang wartawan untuk melakukan pekerjaan yang kuat, sementara pada saat yang sama membantu untuk membuat bisnis penerbitan jurnalisme sebuah usaha tidak ekonomis. Setelah itu ada beberapa platform *smartphone* android ternama sudah banyak yang bekerjasama dengan beberapa media sosial perusahaan seperti Google,Facebook,Amazon, Snapchat, Instagram dan muncul perusahaan aplikasi *messaging* yang telah menjadi sangat kuat dalam hal mempublikasikan apa kepada siapa, dan bagaimana publikasi yang menghasilkan uang. Karena revolusi pada ponsel, kita lebih banyak menghabiskan waktu untuk *online*, jumlah hal yang kita lakukan secara online, dan perhatian kita keluarkan untuk platform *smartphone* android yang namanya telah meledak di pasaran. Desain dan kemampuan *smartphone* mendukung beberapa aplikasi yang mendorong perilaku yang berbeda. Google melakukan penelitian baru-baru ini melalui platform Android yang menunjukkan, sementara kita mungkin memiliki rata-rata 25 aplikasi pada *smartphone* kami. Dan pada saat ini jangkauan penggunaan media sosial yang digunakan oleh seluruh usia ,sudah semakin menjamur ,terlihat dari banyaknya pengguna instagram oleh seluruh kalangan rencana.

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya.Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* Anda.Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram adalah sebuah [aplikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Perangkat_lunak_aplikasi)[berbagi foto](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berbagi_foto&action=edit&redlink=1) yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan [filter](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Filter_fotografi&action=edit&redlink=1) digital, dan membagikannya ke berbagai layanan [jejaring sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial), termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil [kamera Kodak](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kamera_Kodak&action=edit&redlink=1)[Instamatic](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Instamatic&action=edit&redlink=1) dan [polaroid](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kamera_instan&action=edit&redlink=1). Hal ini berbeda dengan [rasio aspek](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Rasio_aspek_%28gambar%29&action=edit&redlink=1) 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada [peranti bergerak](https://id.wikipedia.org/wiki/Peranti_bergerak).

Instagram dapat digunakan di [iPhone](https://id.wikipedia.org/wiki/IPhone), [iPad](https://id.wikipedia.org/wiki/IPad) atau [iPod Touch](https://id.wikipedia.org/wiki/IPod_Touch) versi apapun dengan sistem operasi [iOS](https://id.wikipedia.org/wiki/IOS) 7.0 atau yang terbaru,[[1]](https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-AppStore-1)[telepon genggam](https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam)[Android](https://id.wikipedia.org/wiki/Android_%28sistem_operasi%29) apapun dengan sistem operasi versi 2.2 ([Froyo](https://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_versi_Android%22%20%5Cl%20%22v2.2.x_Froyo%22%20%5Co%20%22Sejarah%20versi%20Android)) ke atas, dan [Windows Phone 8](https://id.wikipedia.org/wiki/Windows_Phone_8).[[2]](https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-Windows_Phone_Marketplace-2) Aplikasi ini dapat diunggah melalui [Apple App Store](https://id.wikipedia.org/wiki/App_Store_%28iOS%29) dan [Google Pla](https://id.wikipedia.org/wiki/Google_Play)y,dengan adanya instagram banyak orang menggunakan aplikasi ini untuk eksis di dunia maya .

Instagram memberikan fitur terbaru untuk para eksis di dunia maya , yaitu dengan nama Instagram’s *Stories* yang mana pengguna instagram dapat dengan mudah berbagi keseruan kegiatan dan aktivitasnya sehari-hari tanpa harus menguploadnya ke gallery Instagram,yang bisa di sebut juga ini adalah *Snapgram*,Di Instagram Stories, foto dan video yang diunggah akan bertahan selama 24 jam. Ini yang menyamakannya dengan Snapchat yang di masukan kepada aplikasi instagram. Tujuan awal Instagram menambahkan fitur ini untuk menjawab kekhawatiran pengguna yang takut memposting secara berlebihan.

Mengacu pada pengguna instagram makafenomena *Snapgram* maka peneliti tertarik untuk mengamati dan meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul **”FENOMENA *SNAPGRAM*  DI KALANGAN MAHASISWA BANDUNG”.**

* 1. **Fokus Penelitian**

 Dengan *Snapgram* , pengguna instagram tidak perlu khawatir akan posting yang berlebihan. Sebagai gantinya, dapat berbagi cerita sebanyak-banyaknya dengan kreativitas sesuai yang inginkan. dapat menghidupkan cerita dengan berbagai cara baru seperti text dan drawing tools. Foto dan video akan hilang setelah 24 jam dan tidak akan muncul di profil ataupun lini.
Melalui *snapgram* disini akan melihat cerita-cerita dari orang yang ikuti pada bar di atas feed . Dari teman dekat hingga akun popular kesukaan . Saat ada sesuatu yang baru untuk dilihat, foto profil mereka akan dikelilingi lingkaran warna.

Untuk melihat cerita seseorang, cukup tap foto profil mereka. Sangat mudah untuk melihat cerita sesuai dengan cara sendiri, yaitu: tap untuk kembali ataupun swipe untuk melihat cerita dari orang lain. Untuk menanggapi cerita yang dilihat, pengguna dapat tap dan mengirim pesan personal ke orang tersebut melalui Instagram Direct.Tidak seperti postingan pada umumnya, tidak ada likes ataupun komentar publik. Cerita ini akan mengikuti pengaturan privasi akun pengguna. Jika pengguna membuat akun pengguna menjadi privasi, cerita pengguna hanya dapat dilihat oleh followers.

 Meskipun demikian, Anda juga dapat dengan mudah menyembunyikan seluruh cerita Anda dari siapapun yang tidak diinginkan, walaupun mereka mengikutiakun ,Saat menonton cerita Anda sendiri, geser ke atas untuk mengetahui siapa saja yang telah melihat foto dan video tersebut. Anda bahkan juga dapat memilih untuk menambahkan sebagian dari cerita Anda dengan mem-posting-nya di profil Anda.Instagram senantiasa menjadi medium untuk berbagi momen-momen yang ingin dikenang. Sekarang, Anda dapat berbagi momen-momen penting dan hal lain di antaranya.

*Snapgram* dapat diakses secara global dalam beberapa minggu ke depan oleh pengguna smartphone berbasis iOS dan Android. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi [Help Center] Instagram.

 Berdasarkan konteks penelitian di atas maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada : “**Bagaimana Fenomena*Snapgram* di kalangan mahasiswa Bandung?”**

* 1. **Pertanyaan Penelitian**

Dalam Penelitian ini digunakan pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian dimaksudkan untuk memberi arahan pada penelitian dalam mengungkapkan tentang gejala atau fenomena dalam beberapa tema masalah yang berkenaan dengan judul.

Peneliti menjabarkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Motif*Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung?
2. Bagaimana Tindakan *Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung?
3. Bagaimana Makna*Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung?
	1. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

* + 1. Untuk mengetahui motif*Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung.
		2. Untuk mengetahui tindakan *Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung.
		3. Untuk mengetahui makna*Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung

.

* 1. **Kegunaan Penelitian**

Hasil akhir penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembang ilmu, khususnya ilmu komunikasi. Maka dari itu, kegunaan penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

* + 1. **Kegunaan Teoretis**
1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai fenomena *Snapgram* dikalangan mahasiswayang terjadi.
2. Diharapkan berguna bagi kajian ilmu komunikasi dalam kaitannya dengan fenomena *Snapgram* dikalangan mahasiswa.
3. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan mengenai fenomena *Snapgram* dikalangan mahasiswa.
	* 1. **Kegunaan Praktis**
4. Penelitian ini dapat memberikan masukan dan pengetahuan bagi masyarakat umum dalam fenomena *Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung.
5. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengenai dampak baik dan dampak buruk fenomena *Snapgram* dikalangan mahasiswa Bandung.

**1.6 Kerangka Pemikiran**

**1.6.1 Kerangka Fenomenologi**

*Snapgram* merupakan fitur terbaru yang saat ini sudah terkenal dan banyak digunakan orang lain, pengguna instagram tidak perlu khawatir akan posting yang berlebihan.melalui ig storry disini akan melihat cerita-cerita dari orang yang ikuti pada bar di atas feed .

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

Menurut **Bungin** dalam Buku **Kontruksi Sosial Media,** mengatakan bahwa:

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

 Alat komunikasi melalui media sosial ini , *Snapgram* hadir dengan kelebihan yang dimilikinya mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu kelebihan yang dimilikinya adalah Video dengan adanya tulisan yang dimana memiliki tampilan *interface* tersendiri yang membuat nyaman penggunanya dan semakin eksis. Selain itu, *Snapgram*mempunyai nilai guna bagi kalangan mahasiswa seperti pertukaran informasi dalam dunia style dan berbagai kebutuhan lainnya yang dapat membantu mahasiswa dan rutinitas kesehariannya. Disisi lain, *Snapgram* bagi sebagian besar siswa adalah sebagai ajang mengikuti trend dan membentuk status sosial

Panduan dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Teori Fenomenologi** dalam buku **Kuswarno** mengatakan bahwa :

**Fenomenologi merupakan pendekatan yang beranggapan bahwa fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri. Fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang transdental. Untuk mendapatkan nilai kebenaran yang sesungguhnya, maka harus menerobos melalui fenomena yang tampak itu. (Kuswarno, 2008:210).**

Fenomenologi tidak berasumsi bahwa penelitian mengetahui arti sesuatu bagi orang – orang yang sedang diteliti. Yang ditekankan oleh fenomenologi ialah aspek subjektif dari perilaku manusia. Mereka berusaha masuk kedalam dunia konseptual para subjekyang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari – hari.

 Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi (*phenomenological method)* yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut **Stephen W Little John** yang dikutip oleh **Koswara** dalam **Metode Komunikasi** bahwa :“***phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality” (* Little John, 1996:204).**

 Fenomenologi menjadikan pengalaman terhadap yang sesungguhnya sebagai data dasar realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala dan kejadian dipahami melalui pengalaman secara sadar.

 Menurut **Kuswarno** dalam Buku **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

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

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodelogi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz-lah pemikiran atau ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gambling dan mudah dipahami. Kedua, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia *(human of action)* dengan tiga dalil umum yaitu:

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

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa 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 tehadap dalil ini akan membiasakan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari- hari.

 Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan di dunia kehidupan sehari – hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas , dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang memainkan peran dalam tipikal.

 Menurut **Schutz** dalam Buku **Kuswarno** dalam judul **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

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

Konsep “sosial” didefinisikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dan konsep “tindakan” didefinisikan sebagai perilaku yang membantu makna subjektif. Akan tetapi menuru Schutz makna subjekif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individu. Makna subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor manusia yang berperilaku dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”.

 Selain makna “intersubjektif” dunia sosial, menurut Schutz harus dilihat secara historis Oleh karenanya Schutz menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang maupun akan datang.

 Garis besar kerangka pemikiran yang diambil oleh peneliti, berdasarkan dari teori fenomenologi Alfred Schutz. Alfred Schutz, mengemukakan empat unsur pokok fenomenologi sosial yaitu:

1. Perhatian terhadap aktor.
2. Perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah *(natural attitude).*
3. Memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
4. Memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

 Menurut **Kuswarno** dalam Buku **Fenomenologi : Konsepsi, fenomena dan Contoh Penelitiannya**, mengatakan bahwa :

 **Dalam konteks fenomenologi, para pengguna instagram adalah aktor yang melakukan tindakan sosial bersama aktor lainnya sehingga memiliki kebersamaan dan kesamaan dalam ikatan makna intersubjektif. Mengikuti pemikiran Schutz, para pengguna Instagramsebagai aktor mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif berorientasi ke masa depan (  *in order to motive )* dan motif berorientasi ke masa lalu (*because motive).* (Kuswarno,2009:111)**

Model komunikasi fenomenologi dapat dilihat pada gambar berikut :

**Gambar 1.1 Bagan Teori Fenomenologi**

**FENOMENOLOGI**

**NOUMENA**

**Sumber : Alfred Schutz tahun 1949**

Menurut **Koentjoro** dalam **Jurnal Ilmiah Psikologi (2009:24)** mengatakan bahwa :

1. **Fenomena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya eksis dan dapat kita jelaskan secara rasional.**
2. **Noumena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya ada, namun belum tentu mampu dijelaskan secara rasional. Hal ini bukan berarti bahwa noumena terseut tidak rasional, namun otak manusia belum mamu menjelaskan secara rasional dan mungkin saja suatu saat noumena menjadi rasional.**

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**FENOMENA *SNAPGRAM* DIKALANGAN MAHASISWA BANDUNG**

**FENOMENOLOGI**

**(ALFRED SCHUTZ)**

***SNAPGRAM***

**NOUMENA**

1. **Motif Penggunaan**
2. **Tindakan Pengguna**
3. **Makna Penggunaan**

**Sumber Alfred Schutz 1949, dan Modifikasi Peneliti Tahun 2016**

Realitas sosial yang dimaksud terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis, dan realitas subjektif. Realitas obyektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada diluar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan

Alat komunikasi melalui media sosial ini , *Snapgram* hadir dengan kelebihan yang dimilikinya mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu kelebihan yang dimilikinya adalah Video dengan adanya tulisan yang dimana memiliki tampilan *interface* tersendiri yang membuat nyaman penggunanya dan semakin eksis. Fenomena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya eksis dan dapat kita jelaskan secara rasional.Noumena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya ada, namun belum tentu mampu dijelaskan secara rasional. Hal ini bukan berarti bahwa noumena terseut tidak rasional, namun otak manusia belum mamu menjelaskan secara rasional dan mungkin saja suatu saat noumena menjadi rasional.