**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Lingkup Komunikasi**

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi adalah topik yang amat sering diperbincangkan bukan hanya dikalangan ilmuan komunikasi tetapi juga dikalangan awam, sehingga kata komunikasi itu sendiri memiliki terlalu banyak arti yang berlainan. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin yaitu *communis* yang berarti “sama”, *commonico, communication, atay communicare* yang berarti “membuat sama” *(to make common).* Istilah pertama *(communis)* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip.

Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi adalah “interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih” kemudian menurut **Tubbs** dan **Moss** komunikasi adalah proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih.

Meskipun komunikasi menyangkut perilaku manusia, tidak semua perilaku manusia itu adalah komunikasi. Menurut **Pace** dan **Faules** perbedaan tersebut sederhana tapi rumit sebagai contoh apakah bernyanyi sendirian di kamar mandi itu merupakan komunikasi? Akan tetapi sebenarnya jawaban atas pertanyaan tersebut kembali lagi dengan bagaimana kita mendefisinikan komunikasi.

Komunikasi pada dasarnya bersifat instrumental dan persuasive kita berkomunikasi untuk mengajak baik itu orang lain dan sebenarnya bisa juga berkomunikasi dengan diri sendiri. Ketika kita ingin melakukan suatu hal yang menjadi dilema bagi kita. Kita akan berusaha mempertimbangkan apa tindakan yang akan dilakukan, hal tersebut juga disebut sebuah komunikasi.

Lebih dalam lagi menurut **Ross** dalam **Ilmu Komunikasi** karya **Mulyana** bahwa komunikasi adalah sebagai berikut:

**Suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan symbol. Simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator. (2011 : 69)**

Intinya apa yang disampaikan **Ross** adalah adanya respon balik dari pesan yang disampaikan komunikator agar sama dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi sebenarnya belum ada persetujuan antara ahli – ahli sebagai definisi yang paling utama dan disetujui oleh para ahli – ahli tersebut.

Komunikasi memiliki banyak versi dari segi definisi. Kemudian, Menurut **Rogers dan Kincaid** pada1981 dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Cangara** bahwa :

**“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain – nya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (2006 : 19 )**

**Rogers** mencoba mengspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan) dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang – orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Definisi yang sampaikan oleh para pakar komunikasi yang disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila seseorang memiliki pesan yang akan disampaikan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

**2.1.2 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 perilaku 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, bahasa lisan, dan bahasa tulisan (2006 : 23 )**

1. **Media**

Dalam buku pengantar ilmu komunikasi oleh Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesandari komunikator kepada khlayak. 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 buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Cangara** dikatakan bahwa :

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

Sedangkan dalam buku **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 pihak yang nantinya akan menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator. Komunikan sebagai elemen yang penting dalam proses komunikasi karena komunikan yang menjadi sasaran dari komunikasi.

1. **Efek**

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikasinya.Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikasi, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu). Efektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu). Oleh sebab itu, pengaruh dapat juga diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, tindakan, dan sikap seseorang sebagai akibat dari penerimaan pesan.

1. ***Feedback* (Tanggapan Balik)**

Feedback adalah out put yang dihasilkan berupa tanggapan atau respon berupa hasil pengaruh pesan (*massage* yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan). Antara komunikator dan komunikan dalam jalinan komunikasi, komunikator menghendaki memperoleh *feedback* positif, negative, atau netral.

**2.1.3 Fungsi Komunikasi**

**Menurut Effendy (1997:36)**, terdapat empat fungsi komunikasi, sebagai berikut:

1. **Menginformasikan (*to inform*)**

**Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.**

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

**Fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.**

1. **Menghibur (*to entertaint*)**

**Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.**

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

**Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling  mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.**

**2.1.4 Tujuan Komunikasi**

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

Tujuan komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu komunikasi dan Teknik Komunikasi** bahwa terdapat tujuan komunikasi yang meliputi :

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

**Mengubah sikap disini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharpkan oleh komunikator.**

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

**Mengubah opini, dimaksudkan pada diri komunikan terjadi adanya perubahan opini/ pandangan/ mengenai suatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.**

1. **Mengubah prilaku (*to change the behavior*)**

**Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.**

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

**Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator. (1993:55).**

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

**2.1.5 Proses Komunikasi**

**Effendi**, dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,** menjelaskan proses komunikasi dari dua tahap, yaitu:

1. **Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang atau simbol berupa bahasa, kial, syarat, gambar, warna dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu ”menerjemahkan” pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang paling mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Berkat kemampuan bahasa, maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak ditampilkan oleh Aristoteles, Plato, dan Socrates, dapat menjadi manusia yang beradap dan berbudaya, dan dapat memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun, *decade*, bahkan abad yang akan datang. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan setala (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan.**
2. **Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang seringa digunakan dalam komunikasi. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju (1997:42).**

**2.1.6** **Prinsip-prinsip Komunikasi**

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

1. **Komunikasi Adalah Proses Simbolik.**
2. **Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi.**
3. **Komunkasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan.**
4. **Komunikasi Berlangsung dalam Bebagai Tingkat Kesenjangan.**
5. **Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu.**
6. **Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi.**
7. **Komunikasi Bersifat Sistemik.**
8. **Semakin Mirip Latar Belakang Sosial budaya semakin Efektiflah Komunikasi.**
9. **Komunikais Bersifat Nonkonsekuensial.**
10. **Komunikasi Bersifat Prosensual, Dinamis, dan Transaksional.**
11. **Komunikasi Bersifat  *Irreversible*(yang tidak dapat diubah).**
12. **Komunikasi Bukan Panasea (obat mujarab). (2015:91-127)**

**2.2 Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Misalnya, masing- masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing – masing dalam percakapan tersebut.

Komunikasi sangat penting bagi semua aspek kehidupan manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan gagasan, perasaan, harapan dan kesan kepada semua serta memahami gagasan, perasaan dan kesan orang lain. Komunikasi tidak hanya mendorong perkembangan kemanusiaan yang utuh, namun juga menciptakan hubungan sosial yang sangat diperlukan dalam kelompok sosial apapun.

Menurut Effendy komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan**,**[komunikasi jenis ini dianggap paling efektif](http://jurnal-sdm.blogspot.com/2007/12/faktor-faktor-yang-berkaitan-dengan.html) dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga.

Komunikasi memungkinkan terjadinya kerjasama sosial, membuat kesepakatan-kesepakatan penting dan lain-lain. Individu yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda-beda. Perbedaan ini dapapt mempengaruhi efektifitas sebuah komunikasi. Sangat penting bagi setiap individu untuk memahami simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu bersamaan.

* + 1. **Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal**

[Komunikasi interpersonal](http://tukangbisnis.com/ciri-ciri-komunikasi-interpersonal.html)memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. **Pihak-pihak yang melakukan komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Pihak yang dapat dikatakan melakukan komunikasi interpersonal harus tidak berada dalam jarak jauh melainkan saling berdekatan/*face to face*. Apabila salah satu lawan bicara menggunakan media dalam penyampaian pesan karena perbedaan jarak, itu tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal.**
2. **Pihak-pihak yang berkomunikasi  mengirim dan menerima pesan secara spontan baik secara verbal maupun non verbal.Di dalam komunikasi interpersonal feed back yang diberikan oleh komunikan biasanya secara spontan begitu juga dengan tanggapan dari komunikator. Dengan respon yang diberikan secara spontan dapat mengurangi kebohongan salah satu lawan bicara dengan cara melihat gerak gerik ketika sedang berkomunikasi.**
3. **Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab  para perserta komunikasi. *Mutual understanding* akan diperoleh dalam komunikasi interpersonal ini, apabila diantara kedua belah pihak dapat menjalankan dan menerapkan komunikasi ini dengan melihat syarat-syarat yang berlaku seperti, mengetahui waktu, tempat dan lawan bicara.**
4. **Kedekatan hubungan pihak-pihak komunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan  atau respon nonverbal mereka, seperti  sentuhan, tatapan mata  yang ekspresif, dan jarak fisik yang dekat. Kita dapat membedakan seberapa dekat hubungan seseorang dengan lawan bicaranya, hal ini dapat dilihat dari respon yang diberikan. Misalnya kedekatan dalam berkomunikasi antara sepasang kekasih dengan sepasang persahabatan, melalui respon nonverbal kita dapat melihat mereka sepasang kekasih atau hanya teman biasa.(S. Djuarsa Sendjaja, 2002:2.1)**

Meskipun setiap orang berhak mengubah topik  dalam pembicaraan, akan tetapi didalam kenyataannya komunikasi antarpersonal bisa saja didominasi oleh satu pihak misalnya komunikasi dosen-murid didominasi oleh dosen, komunikasi suami-istri didominasi oleh suami. Didalam komunikasi interpersonal sering kali kita mengganggap pendengaran dan penglihatan sebagai indera primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam menyampaikan pesan-pesan bersifat intim. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi interpersonal sangat pontensial dalam hal membujuk lawan bicara kita.

Komunikasi interpersonal dikatakan lebih efektif dalam hal membujuk lawan bicara karena tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya serta dapat langsung melihat reaksi dari lawan bicara. Komunikasi interpersonal sering dilakukan oleh semua orang dalam berhubungan dengan masyarakat luas.

* + 1. **Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal yaitu kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi ini masih terbagi menjadi dua jenis yaitu :

1. **Komunikasi diadik *(Dyadic communication)***

Komunikasi diadik adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang. Misalkan Anda berkomunikasi dengan seseorang yang Anda temui di jalan. Atau Anda sedang menelpon seseorang yang lokasinya jauh dari Anda.

1. **Komunikasi triadik *(Triadic communication****)*

Komunikasi triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelaku komunikasinya terdiri dari tiga orang, yaitu seorang komunikator dan dua orang komunikan.

Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan sepenuhnya, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference*komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi.

* + 1. **Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan, yaitu :

1. **Menemukan Diri Sendiri.**

**Menemukan pribadi atau personal merupakan salah satu tujuan dari komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal memberikan peluang kepada setiap orang buat membicarakan apa yang disukai atau seperti apa diri Anda. Mendiskusikan perasaan, tingkah laku, dan pikiran ialah hal yang sangat menarik. Dengan membicarakn diri sendiri dengan orang lain, Anda berarti memberi sumber balikan yang hebat pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku.**

1. **Menemukan Global Luar.**

**Hanya dengan komunikasi interpersonal, Anda mampu mengerti lebih banyak tentang diri sendiri dan orang lain yang sedang berkomunikasi dengan Anda. Sangat banyak kabar yang bisa diketahui melalui komunikasi interpersonal. Walaupun banyak informasi yang diketahui berasal dari media massa, hal ini justru sering didiskusikan yang pada akhirnya didalami dan dipelajari lewat hubungan interpersonal.**

1. **Membentuk dan Menjaga Interaksi yang Penuh Arti.**

**Membentuk dan memelihara interaksi dengan orang lain merupakan salah satu keinginan orang terbesar dalam hidup. Sebagian besar waktu yang Anda habiskan dalam komunikasi interpersonal digunakan buat membentuk dan juga memelihara interaksi sosial dengan orang di sekitar.**

1. **Mengubah Sikap dan Tingak Laku.**

**Pada umumnya, setiap orang menggunakan sebagian waktunya buat mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan rendezvous komunikasi interpersonal. Misalnya Anda mungkin saja membeli barang tertentu, melihat film, menulis buku, membaca buku, dan lain-lain. Pada intinya, setiap orang banyak memanfaatkan waktunya terlibat dalam komunikasi interpersonal.**

1. **Untuk Bermain dan Kesenangan.**

**Dalam hal ini, bermain meliputi seluruh kegiatan yang memiliki tujuan primer mencari kesenangan, misalnya berdiskusi, bercerita lucu, dan lain-lain. Komunikasi interpersonal seperti ini mampu menciptakan ekuilibrium dalam pikiran yang membutuhkan rileks dari ativitas rutin.**

1. **Tujuan komunikasi interpersonal ialah untuk membantu para pakar kejiwaan, pakar psikologi, para terapi biasanya memakai komunikasi interpersonal ketika berhadapan dengan kliennya. Semua orang pun berfungsi membantu orang di sekitarnya dalam hubungan interpersonal sehari-hari, misalnya berkonsultasi dengan teman yang terkena masalah, berkonsultasi tentang pekerjaan, dan lain-lain.**

**(Muhammad, 2004, p. 165-168 )**

**2.2.4 Komunikasi Antar Personal**

Suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi terjadi secara tatap muka (face to face) antara dua individu atau dengan perantaraan non media massa.

Karakter KAP (Judy C. Pearson)

1. KAP dimulai dengan diri pribadi (self). Berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pemaknaan berpusat pada diri kita, artinya dipengaruhi oleh pengalaman dan pengamatan kita.
2. KAP bersifat transaksional. Anggapan ini mengacu pada pihak-pihak yang berkomunikasi secara serempak dan bersifat sejajar, menyampaikan dan menerima pesan.
3. KAP mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Artinya isi pesan dipengaruhi oleh hubungan antar pihak yang berkomunikasi.
4. komunikasi antarpribadi mensyaratkan kedekatan fisik antar pihak yang berkomunikasi.
5. KAP melibatkan pihak-pihak yang saling bergantung satu sama lainnya dalam proses komunikasi.
6. KAP tidak dapat diubah maupun diulang. Jika kita salah mengucapkan sesuatu pada pasangan maka tidak dapat diubah. Bisa memaafkan tapi tidak bisa melupakan atau menghapus yang sudah dikatakan.

**2.2.5 Tujuan KAP**

Sebagai sarana pembelajaran. Melalui **komunikasi** antarpribadi kita belajar untuk lebih memahami dunia luar atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia ini. Walaupun sebagian besar informasi tersebut kita dapatkan melalui media massa, informasi tersebut dapat kita bicarakan melalui **komunikasi** antarpribadi.

Mengenal diri sendiri dan orang lain. Melalui **komunikasi** antarpribadi kita dapat mengenal diri kita sendiri. Dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Persepsi diri kita sebagian besar merupakan hasil interkasi kita dengan orang lain.

**Komunikasi** antarpribadi membantu kita dalam membentuk suatu relasi (person to person). Karena manusia adalah mahluk social, maka kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain merupakan kebutuhan yang paling besar.

Melalui **komunikasi** antarpribadi kita dapat mempengaruhi individu untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang kita inginkan.Melalui **komunikasi** antarpribadi kita dapat mengakrabkan diri kita dengan orang lain.

Bermain dan mencari hiburan. Dalam berkomunikasi tidak selamanya kita selalu berusaha mempengaruhi orang lain. Kita berkomunikasi juga untuk memperoleh kesenangan. Bercerita tentang film yang kita tonton, melontarkan lelucon, membicarakan hobi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperolah hiburan.

**2.2.6 Faktor KAP yang tidak terlihat**

Faktor1: Meaning (makna).

Ketika simbol ada, maka makna itu ada dan bagaimana cara menanggapinya. Intonasi suara, mimik muka, kata-kata, gambar dsb. Merupakan simbol yang mewakili suatu makna. Misalnya intonasi yang tinggi dimaknai dengan kemarahan, kata pohon mewakili tumbuhan dsb.

Faktor 2: Learning

Interpretasi makna terhadap simbol muncul berdasarkan pola-pola komunikasi yang diasosiasikan pengalaman, interpretasi muncul dari belajar yang diperoleh dari pengalaman. Interpretasi muncul di segala tindakan mengikuti aturan yang diperoleh melalui pengalaman.

Pengalaman merupakan rangkaian proses memahami pesan berdasarkan yang kita pelajari. Jadi makna yang kita berikan merupakan hasil belajar.Pola-pola atau perilaku komunikasi kita tidak tergantung pada turunan/genetik, tapi makna dan informasi merupakan hasil belajar terhadap simbol-simbol yang ada di lingkungannya.Membaca, menulis, menghitung adalah proses belajar dari lingkungan formal.Jadi, kemampuan kita berkomunikasi merupakan hasil learning (belajar) dari lingkungan.

Faktor 3: Subjectivity

1. Pengalaman setiap individu tidak akan pernah benar-benar sama, sehingga individu dalam meng-encode (menyusun atau merancang) dan men-decode (menerima dan mengartikan) pesan tidak ada yang benar-benar sama.
2. Interpretasi dari dua orang yang berbeda akan berbeda terhadap objek yang sama.

Faktor 4: Negotiation

1. Komunikasi merupakan pertukaran symbol. Pihak-pihak yang berkomunikasi masing-masing mempunyai tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Dalam upaya itu terjadi negosiasi dalam pemilihan simbol dan makna sehingga tercapai saling pengertian.
2. Pertukaran simbol sama dengan proses pertukaran makna.
3. Masing-masing pihak harus menyesuaikan makna satu sama lain.

Faktor 5: Culture

1. Setiap individu adalah hasil belajar dari dan dengan orang lain.
2. Individu adalah partisipan dari kelompok, organisasi dan anggota masyarakat.
3. Melalui partisipasi berbagi simbol dengan orang lain, kelompok, organisasi dan masyarakat.
4. Simbol dan makna adalah bagian dari lingkungan budaya yang kita terima dan kita adaptasi.
5. Melalui komunikasi budaya diciptakan, dipertahankan dan dirubah.
6. Budaya menciptakan cara pandang (point of view)

Faktor 6: Self

1. Selfreference.  
   Perilaku dan simbol-simbol yang digunakan individu mencerminkan pengalaman yang dimilikinya, artinya sesuatu yang kita katakan dan lakukan dan cara kita menginterpretasikan kata dan tindakan orang adalah refleksi makna, pengalaman, kebutuhan dan harapan-harapan kita
2. Selfreflexivity.  
   Kesadaran diri (self-cosciousnes) merupakan keadaan dimana seseorang memandang dirinya sendiri (cermin diri) sebagai bagian dari lingkungan. Inti dari proses komunikasi adalah bagaimana pihak-pihak memandang dirinya sebagai bagian dari lingkungannya dan itu berpengaruh pada komunikasi.

Faktor 7: Inevitability

1. Kita tidak mungkin tidak berkomunikasi. Walaupun kita tidak melakukan apapun tetapi diam kita akan tercermin dari nonverbal yang terlihat, dan itu mengungkap suatu makna komunikasi.

Pengertian Komunikasi Antar Pribadi adalah Ilmu komunikasi mempelajari dan meneliti perubahan tingkah laku dan pendapat yang diakibatkan oleh informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Carl. I. Hovland (Purba, 2006 : 29). Yang mengatakan: “proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain (komunikan)”.

Adapun Komunikasi Antar Pribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka (face to face). Komunikasi Antar Pribadi ini bisa juga berlangsung dengan menggunakan alat bantu atau media seperti : telepon, surat, telegram dan sebagainya.

Komunikasi antar pribadi dikatakan efektif dalam merubah perilaku orang lain apabila kesamaan makna mengenai apa yang dibincangkan. Ciri khas yang tampak dalam komunikasi ini adalah arus balik langsung yang dapat ditanggkap oleh komunikator, baik secara verbal dalam bentuk kata- kata maupun secara nonverbal dalam bentuk gerak- gerik seperti anggukan dan lain sebagainya. Selam proses komunikasi antar pribadi langsung, antar komunikator dan komunikan tersebut akan terjadi adanya pengertian fungsi secara bergiliran satu sama lain. Proses berubahnya perilaku atau inggkah laku individu adalah melaluli beberapa tahapan dimana satu tahap dengan tahap lainya saling berhubungan.. seorang individu menerima informasi, kemudian mengelolnya, menyimpan dan menghasilkan kembali dalam bentuk satuy keputusan berupa penolakan atau penerimaan terhadap informasi yang disampaikan tersebut.

### 2.2.7 Definisi Komunikasi Antar Pribadi Menurut Para Ahli

Onong U. Effendy mendefinisikan [komunikasi antar pribadi adalah](http://www.landasanteori.com/) komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan, komunikasi jenis ini bisa langsung secara berhadapan muka (face to face) bisa juga melalui medium, umpamanya telepon. Ciri khas komunikasi antar pribadi adalah dua arah atau timbal balik (Effendy, 1993 : 61).

Selain itu menurut Dean Barnulus mengemukakan bahwa komunikasi  antar pribadi biasanya dihubungkan dengan pertemuan antara dua individ, tiga individu ataupun lebih yang terjadi sangat spontan dan tidak berstruktur (Liliweri, 1991:12).

Adapun De Vito (Liliweri, 1991 : 13) mendefinisikan komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang    langsung.

De Vito juga mengemukakan suatu komunikasi antar pribadi yang mengandung ciri- ciri antara lain adalah :

1. Keterbukaan atau openess

Komunikator dan komunikan saling mengungkapkan segala ide atau gagasan bahwa permasalahan secara bebas (tidak ditutupi) dan terbuka tanpa rasa takut atau malu. Kedua- keduanya saling mengerti dan memahami pribadi masing- masing.

1. Empati atau Empathy

Kemampuan seseorang memproyeksikan dirinya orang lain di dalam lingkungannya.

1. Dukungan atau Supportiveness

Setiap pendapat, ide atau gagasan yang disampaikan mendapat dukungan dari pihak- pihak yang berkomunikasi. Dengan demikian keinginan atau hasrat yang ada dimotivasi untuk mencapainya.dukungan membantu seseorang untuk lebih bersemangat dalam melaksanakan aktivitas serta merih tujuan yang didambakan.

1. Rasa positif atau Positiveness

Setiap pembicaraan yang disampaikan dapat gagasan pertama yang positif, rasa positif menghindarkan pihak- pihak yang berkomunikasi untuk tidak curiga atau prasangka yang menggangu jalannya interaksi keduanya.

1. Kesamaan atau Equality

Suatu komunikasi lebih akrab dalam jalinan pribadi lebih kuat, apabila memiliki kesamaan tertentu seperti kesamaan pandangan, sikap, usia, ideologi dan sebaiknya (Liliweri, 1991 : 13).

### 2.2.7 Karakteristik Komunikasi Antar Pribadi

Untuk mengetahui adanya kehandalan dari bentuk komunikasi antar pribadi dapat terlihat dari adanya karakteristiknya yang menurut Everet M.Roger adalah :

1. Arus pesanya yang cendrung dua arah.
2. Konteks komunikasinya tatap muka.
3. Tingkat umpan baliknya yang terjadi tinggi.
4. Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektifitas yang tinggi.
5. Kecepatan jangkauan  terhadap audience yang besar, relatif lambat.
6. Efek yang mungkin terjadi adalah perubahan sikap. (Liliweri, 1991 : 19)

Dalam setiap kegiatan komunikasi antar pribadi selalu melibatkan orang sebagi organ pelaksana dalam penyampaian pesan, karenanya agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat memberikan hasil yang lebih baik, dapat digunakan teknik persuasif. Adapun teknik persuasif yang dimaksud dalam hal ini adalah suatu kegiatan dalam upaya membujuk komunikan agar melakukan atau berbuat sesuai dengan maksud dan tujuan komunikator.

Faktor-faktor sebagai pembentuk komunikasi antar pribadi dapat terlihat dengan jelas seperti halnya yang dikemukakan Halloran (Liliweri,1991 : 48) adalah :

Perbedaan antar manusia :

1. Manusia meskipun merupakan makhluk yang sempurna namun tetap mempunnyai kekurangan.
2. Adanya perbedaan motivasi antar manusia.
3. Kebutuhan akan harga diri yang harus mendapat pengakuandari orang lain.

Dengan demikian kita dapat memahami bahwa komunikasi antar pribadi berlangsung karena adanya manifestasi dari diri manusia itu sendiri sebagai makluk sosial yang membutuhkan orang lain. Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi antar pribadi sebenarnya merupakan proses sosial dimana orang- orang yang terlibat didalamnya saling mempengruhi, serta menunjukkan bahwa komunikasi antar pribadi lebih menonjolkan keterbukaan  pihak-pihak  yang sedang melakukan komunikasi.

**2.3 *Public Relations***

**2.3.1 Pengertian *Public Relations***

Tidak bisa dipungkiri zaman sekarang ini *public relations* masih sering diperdebatkan oleh para ahli tentang definisi yang pasti. Ketidakpastian tersebut dikarenakan banyaknya definisi *public relations* yang dirumuskan oleh para ahli maupun profesional *public relations* atau humas yang berdasarkan perbedaan sudut pandang mereka terhadap pengertian humas atau *public relations* tersebut. Selanjutnya perbedaan latar belakang misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan praktisi (*public relations practicioner).* Adanya indikasi baik teoritis maupun praktis bahwa kegiatan public relations atau kehumasan bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika kehidupan masyarakat yang mengikuti kemajuan zaman, khususnya memasuki era globalisasi saat ini.

Memahami pengertian *public relations* melalui salah satu atau dua definisi tidaklah mudah, karena semua definisi yang ada mungkin tidak mampu menggambarkan kegiatan *public relations* sesungguhnya. Akan tetapi, jika diperhatikan lebih jauh sejumlah definisi mempunyai persamaan satu sama lain hanya cara pengungkapannya saja yang berbeda.

Salah satu definisi *Public Relations* menurut **Jefkins** dalam bukunya ***“Public Relations”*** mendefinisikan *Public Relations* dalam hubungan pers adalah sebagai berikut :

**Usaha untuk mencapai publikasi atan penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi *Public Relations* dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dan organisasi perusahaan yang bersangkutan. (2003:113)**

Definisi tersebut sangat berkaitan dengan bagaimana membina hubungan antara media dan juga kepentingan proses publikasi tentang berbagai program kerja serta penginformasian pengetahuan kepada khalayak luas, karena fungsi *Public Relations* harus menginformasikan setiap kebijakan atau pemberitaan yang ada agar diketahui oleh masyarakat luas dan lewat bantuan media lah para praktisi *Public Relations* dapat mengabarkan informasi tersebut kepada khalayak luas. Menurut ***The British Institute of Public Relations*** dalam buku ***Public Relations*** karangan ***Jefkins*** adalah sebagai berikut:

***Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (good will) dan saling pengertian antara satu organisasi dengan segenap khalayaknya. (2007:18)**

Definisi di atas berarti *Public Relations* adalah suatu cara yang dilakukan agar mencapai suatu tujuan baik lewat upaya-upaya yang berkesinambungan dan terorganisasi dengan benar antara organisasi dan juga khalayaknya.

Agustus 1978 di Mexico city ada pertemuan yang dihadiri oleh para pakar *Public Relations* menyimpulkan bahwa definisi Public Relations adalah :

**Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi dan rnelaksanakan program terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan public atau umum. (2007:17)**

Definisi tersebut sangat menjelaskan bahwa *Public Relations* berguna sebagai penganalisis kecenderungan yang terjadi dalarn suatu organisasi, bagairnana menyampaikan informasi yang benar terhadap khalayak dengan baik dan berbagai kepentingan yang ada yang harus disampaikan oleh *Public Relations* dalam suatu organisasi.

Soemirat mengutip **Fraser P. Seitel** dalam **bukunya Dasar - Dasar Public Relations** mengemukakan bahwa pada tahun 1975 Yayasan Pendidikan dan Penelitian Public Relations menganalisa 472 definisi dan merangkumnya menjadi satu paragraf yaitu:

***Public Relations is a distinctive management function which help established and maintain mutual line of communication understanding, acceptance and cooperation between and organization and its publics, involves the management of problem or issues, helps management to keep informed on and responsive to public opinion, defines emphasiszesteh responsibility of management to serve the public interest helps management keep abreast of and effectively utilize, serving as and early warning System to help anticipate trend, and uses research and sound and ethical communication techniques as its principles tools. (2004:13)***

Dapat kita lihat bahwa *Public Relations* sangat menunjang dalam pelaksanaan suatu kegiatan di pemerintahan. Tidak hanya bertugas untuk memelihara keharmonisan tetapi juga berfungsi sebagai alat manajernen yang mernbantu dalarn penyempaian informasi dan juga harus tanggap terhadap permasalahan yang terjadi.

**2.3.2 Tugas dan Fungsi Public Relations**

Tugas Public Relations menurut **Frank Jefkins** dalam bukunya **Public Relations edisi kelima** yang dikutip **Seidel** menjabarkannya sebagai berikut:

1. **Menciptakan dan memelihara suatu citra yang baik dan tepat atas perusahaan atau organisasinya, baik yang berkenaan dengan kebijakan-kebijakan, produk, jasa maupun dengan para personelnya.**
2. **Memantau pendapat eksternal mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan, reputasi maupun kepentingan-kepentingan organisasi/perusahaan, dan menyampaikan setiap informasi yang penting langsung kepada pihak manajemen atu pimpinan puncak untuk segera ditanggapi atau ditindak lanjuti.**
3. **Memberi nasihat atau masukan kepada pihak manajemen mengenai berbagai masalah komunikasi yang penting, berikut teknik-teknik untuk mengatasinya.**
4. **Menyediakan berbagai informasi kepada khalayak perihal kebijakan organisasi, kegiatan, prodik, jasa, dan personalia selangkap mungkin demi menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dalam rangka menjangkau pengertian khalayak. (2004:33)**

**Dozier dan Broom** yang dikutip **Ruslan** dalam buku **Manajemen*Public Relations* dan Media Komunikasi** mengatakan bahwa fungsi *Public Relations*, yaitu :

1. **Penasehat Ahli (*Expert Presciber*)**

**Seorang praktisi pakar *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*).**

1. **Fasilitator Komunikasi (*Communication fasilitator*)**

**Dalam hal ini praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator datau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengarkan apa yang diharapkan oleh publiknya.**

1. **Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem solving process fasilitator*)**

**Peranan praktisi *Public Relations* dalam hal pemecahan masalah merupakan bagian dari tim manajemen, hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (adviser) hingga mengambil keputusan dalam menghadapi krisis secara rasional dan profesional.**

1. **Teknisi Komunikasi (Communication technician)**

**Perbedaan dengan ketiga hal diatas yaitu, praktisi *Public Relations* sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi saja. (2007:21)**

Definisi tesebut mengandung arti fungsi *Public Relations* selain sebagai praktisi *Public Relations* yang bekerja secara profesional juga harus menjadi penasehat yang memberikan saran, menjadi fasilitator untuk berkomunikasi sebagai pemecah masalah, memberikan saran dan juga masukan serta menjadi penyedia layanan teknis komunikasi. **Bernay** yang dikutip **Ruslan** dalam buku **Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi**, tiga fungsi utama *Public Relations*, yaitu :

1. **Memberikan penerangan kepada masyarakat.**
2. **Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.**
3. **Berupaya untuk menginterpretasikan, sikap dan suatu badan lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya. (2005:18)**

Mematuhi kebijakan tersebut, dikarenakan lewat peran *Public Relations* yang memberi penerangan kepada masyarakat luas. Disini fungsi *Public Relations* adalah memberikan informasi kepada masyarakat luas dengan harapan dapat merubah pandangan, sikap dan perilaku mereka agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh organisasi atau pemerintahan yang diwakilinya.

**2.3.3 Tujuan *Public Relations***

Pada umumnya tujuan *Public Relations* di dalam sebuah organisasi adalah sebagai berikut:

1. Membina hubungan ke dalam (Public internal)

Praktisi Public Relations yang baik akan mengetahui dan mengidentifikasi bagaimana membina hubungan yang baik di dalam suatu organisasi tempat ia bernaung, dengan hal tersebut ia dapat mengenali situasi yang ada di dalam organisasinya.

1. Membina hubungan keluar (Public external)

Praktisi *Public Relations* akan mencari tahu bagaimana cara membina hubungan yang baik dengan masyarakat luas sebagai khalayaknya, dengan cara mengetahui apa yang diinginkan dan juga kritik negatif apa yang ingin masyarakat tujukan kepada organisasinya.

**2.4** **Fenomenologi**

**2.4.1 Sejarah 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 akal lah yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Menurut aliran ini, pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal.Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Kemudian filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya.Menurut **Immanuel Kant** dalam buku **Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi Konsepsi, Pedoman, Dan Contoh Penelitiannya** karya  **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 pembahsan 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. Dala 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** dala bukunya **Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi Konsepsi, Pedoman, Dan Contoh Penelitiannya ¸** 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 Bretao 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), termsuk 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: Metode Penelitian Komunikasi Konsepsi, Pedoman, Dan Contoh Penelitiannya** 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 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 fenomenolgi menjadi semakin berkembang, yang kemudian banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi dalah 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 penjelasanya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantik dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat paada teori logika. Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukkan pada bahasa, baik bahsa 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.

**2.4.2 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 dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan 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. Maksudnya peneliti mesti memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

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

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti 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 sosial-nya telah mengawinkan fenomenologi transendental-nya 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 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.*

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,*pengelaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengelaman dia sendiri. *Kelima,*dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. *Keenam,*adanya perspektif waktu dalam masyarakat”.(Schutz, Alfred dalam John Wild dkk. 1967)**

Dalam kehidupan didunia ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep ‘dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’.  Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* (bekal pengetahuan) yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of knowledge*(bekal pengetahuan) terdiri dari *knowledge of skills*(pengetahuan keterampilan)dan *useful knowledge* (pengetahuan yang berguna) *. Stock of knowledge* (bekal pengetahuan) 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 *science* (ilmu)*,* 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?

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).
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).

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 pengelaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
2. ***Mitwelt****,*merujuk pada pengelaman 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 hubunganya  dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagi 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 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.

**2.5** **Hubungan Teori Fenomenologi dengan fenomena *Snapgram* di kalangan Mahasiswa Bandung**

Teori fenomenologi merupakan (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 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.

Peneliti membuat judul fenomena Snapgram ini sesuai dengan fenomena yang terjadi pada zaman saat ini di tahun era globalisasi ini,dimana semua mahasiswa mayoritas menggunakan aplikasi media sosial sebagai bahan eksistensi , di gunakan oleh seluruh mahasiswa dari kalangan manapun dan sudah kebiasaan mereka menggunakan instagram yang digunakan ,karena snapgram dimana setiap orang memberikan informasi komunikasi secara dua arah aktifitas yang di berikan kepada seluruh orang ,dan ajang eksistensi, ini sudah mutlak di ucapkan sehari- hari oleh para mahasiswa dan dihubungkan dengan teori yang digunakan oleh peneliti bahwa memang benar teori fenomenologi ini transidental dimana sesuai dengan kenyataan yang ada dengan judul yang peneliti buat .

Fenomenologi husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika. 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.*Dalam kehidupan didunia ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep ‘dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’.  Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* (bekal pengetahuan) yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang.

Jadi hubungan antara teori fenomenologi dengan snapgram ,dan menfokuskan pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang, bahwa jelas ini ada hubungannya dengan judul yang di ambil oleh peneliti dengan teori yang di gunakan oleh peneliti ,bahwa snapgram merupakan dunia media sosial budaya ini mempengaruhi setiap orang yang ada di kalangan mahasiswa ,bahwa sudah budayanya mahasiswa.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.