

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi Umum

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Dalam kehidupannya manusia adalah makhluk sosial. Artinya dalam memenuhi kebutuhannya, manusia harus berhubungan dengan orang lain dan lingkungannya. Dalam usahanya memenuhi kebutuhannya tersebut dapat dilakukan apabila kedua belah pihak mengadakan suatu komunikasi atau mengadakan hubungan dengan masyarakat atau lingkungan sekitarnya. Dalam bukunya **Richard West Dan Lyan H. Turner** mengemukakan bahwa komunikasi adalah “**proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka**”. (2009:5)

Komunikasi menurut **Arifini** (dalam Ruslan) dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas**, memiliki pengertian sebagai berikut:

Bahwa komunikasi merupakan sebagian dari proses sosial, misalnya mampu mempengaruhi atau mengubah sikap tindak, prilaku dan pola fikir masyarakat, terutama dalam menerima gagasan informasi dan teknologi baru. (1998:87)

Berdasarkan definisi diatas bahwa komunikasi bisa membawa kepada perubahan sosial berupa sikap, dan perilaku melalui informasi dan teknologi.

Begitu banyak ahli berpendapat tentang definis komunikasi salah satunya seperti yang dituliskan sebelumnya. Definisi berikut dijelaskan oleh salah satu ahli yang dijuluki sebagai “bapak ilmu komunikasi” yaitu **Harrold** Laswell yang dijelaskan oleh **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** bahwa:

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) “Who Say What In Wich Channel To Whom With What Effect ?” atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana” (2007:69)

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi ada beberapa unsur dalam proses komunikasi yaitu siapa yang mengatakan (komunikator/sumber), mengatakan apa (pesan), dengan saluran apa (media apa/bertatap muka), kepada siapa (komunikan/penerima pesan), dengan bagaimana (efek).

Effendi dalam bukunya **Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi** menjelaskan bahwa **“Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antara manusia, Yang dinyatakan itu adalah pikiran, perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurannya”**. (2003:28). Jadi, menurut pendapat diatas, komunikasi adalah sebuah pengungkapan pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa baik *verbal* maupun *nonverbal*.

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi dal buku **Ilmu,Teori dan Filsafat komunikasi** oleh **Effendy** menjelaskan beberapa fungsi dari komunikasi, fungsi tersebut antara lain:

1. **Menginformasikan (to inform)**
2. **Mendidik (to educate)**
3. **Menghibur (to entertain)**
4. **Mempengaruhi (to influence) (Effendy, 2003:55)**

Berbeda dengan pendapat Effendy. Fungsi komunikasi dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** oleh **Mulyana** adalah:

1. **Komunikasi social**
2. **Komunikasi ekspresif**
3. **Komunikasi ritual**
4. **Komunikasi instrumental (Mulyana, 2005:5)**

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya “**Ilmu Komunikasi Dan Teknik Komunikasi**” bahwa terdapat tujuan yang meliputi:

- a. **Mengubah sikap (*to change the attitude*)** mengubah sikap disini adalah bagian dari komuikasi, untuk mengubah sikap komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
- b. **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 yang diharapkan oleh komunikator.
- c. **Mengubah perilaku (*to change the behavior*)** dengan adanya komunikasi tersebut,

diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

- d. 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. (Effendy, 1993:55)**

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi terdapat 4 tujuan komunikasi yang meliputi: mengubah sikap, mengubah opini, mengubah perilaku, dan mengubah masyarakat.

2.1.4 Konteks Komunikasi

Komunikasi bisa dikalsifikasikan berdasarkan konteksnya. Untuk mengetahui komunikasi berdasarkan konteksnya para ahli melihat hal tersebut berdasarkan tingkat atau *level*. Tingkat atau *level* bisa diketahui dari jumlah pelaku yang terlibat dalam komunikasi, Menurut **Mulyana** dala buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa:

Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu: komunikasi antarpribadi komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Beberapa pakar lain menambahkan komunikasi intrapribadi, diadik (komunikasi dua orang) dan komunikasi publik (pidato didepan khalayak). (2007:80)

Jika dilihat dari uraian diatas, tingkatan komunikasi tersebut dimulai dari yang jumlahnya sedikit hingga yang jumlahnya banyak. Sedangkan komunikasi kelompok

banyak pelakunya adalah komunikasi massa. Semakin tinggi tingkatannya tentunya proses pun semakin kompleks dan beragam.

Sejumlah konteks komunikasi diatas yang dilihat dari tingkatannya, biasanya terdapat dalam kegiatan-kegiatan komunikasi yang terorganisir. Oleh **Effendi** dalam bukunya **Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi**, komunikasi yang terjadi didalam kegiatan yang terorganisir disebut sebagai metode komunikasi.

Metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang terorganisir sebagai berikut : a. Jurnalisme/Jurnalistik (*journalism*), b. Hubungan masyarakat (*public relation*), c. Periklanan (*advertising*), d. Propaganda, e. Perang urat syaraf (*psychological warfare*), Perpustakaan, g. Lain-lain. (2003:56)

Dari sejumlah kegiatan komunikasi yang disebutkan diatas, jurnalistik merupakan bagian yang akan menjadi fokus penelitian. Karena dalam kegiatan jurnalistik sangat memerlukan media, dalam penelitian ini media digunakan berupa situs youtube.

2.2 Tinjauan Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Para Ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengahruskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Kemudian para ahli komunikasi membatasi media massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa.

Merujuk pada pendapat **Tan dan Wright** dalam buku **Elvinaro dan Lukiati** yang berjudul **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

“Merupakan bentuk komunikasi yang mengenakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu”. (Elvinaro & Lukiati,2005:3)

Namun menurut ahli komunikasi lainnya yaitu **Gerbner** komunikasi massa merupakan **“Komunikasi Massa merupakan produksi dan distribusi yang berlandasan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri”.** (Elvinaro & Lukiati,2005:4)

2.2.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Bila dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainya, maka komunikasi lainya, maka komunikasi massa mempunya ciri-ciri khusus disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

a. Komunikator Terlambangkan

Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

b. Komunikasi Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua dan tidak ditunjukan untuk sekelompok orang tertentu.

c. Komunikatornya Anonim dan Heterogen

Komunikasi pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya mengetahui identitasnya.

d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas.

e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Pada komunikasi antarpersonal, unsur hubungan sangat penting. Sebaliknya, pada komunikasi massa, yang penting adalah unsur isi.

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Secara singkat, komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

g. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Ciri selanjutnya yang dianggap salah satu kelemahannya stimulasi alat indra yang terbatas. Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi dapat digunakan secara maksimal. Tapi pada komunikasi massa tidak.

h. Umpan Balik Tertunda

Feedback merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apapun. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan.

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Seperti yang dikutip oleh **Narudin** fungsi komunikasi massa, menurut **Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988)** antara lain:

1. *To Inform* (menginformasikan)
2. *To Entertain* (memberi hiburan)
3. *To Persuade* (membujuk)
4. *Transmission of the culture* (transmisi budaya)
(2007:62)

Informasikan bisa diperoleh dari siapa saja, tetapi media massa dapat menyajikan informasi secara cepat serta lebih akurat. Khalayak dapat mengetahui informasi berbagai peristiwa atau kejadian dalam waktu bersamaan. Dengan demikian, media massa memenuhi fungsi informasi sehingga khalayak dapat mengambil keputusan dan sikap yang tepat dalam menghadapi suatu situasi.

Fungsi terakhir dari komunikasi massa yaitu transmisi budaya, dimana media massa berperan menyebarkan budaya dari generasi ke generasi. Dengan penyebaran hasil kebudayaan dan seni, artinya media massa telah ikut melestarikan warisan masa lalu. Selain itu dapat pula mengembangkan imajinasi khalayak untuk lebih kreatif sehingga bisa jadi muncul hasil kreasi baru yang tidak kalah bagus dengan hasil kebudayaan lama.

2.3 Jurnalistik

Pengertian jurnalistik baik itu dari pakar ataupun dari praktisi pada dasarnya adalah sama akan tetapi perbedaannya terletak dari bagaimana mereka memaknai arti kata jurnalistik itu sendiri. Banyak ahli atau pakar yang mengutarakan definisi dari jurnalistik akan tetapi konsep dari jurnalistik itu tidak jauh berbeda. Secara etimologis, jurnalistik berasal dari bahasa Prancis, “*journal*”, bahasa Belanda “*journalistiek*” atau dalam bahasa Inggris “*journalism*” yang bersumber pada perkataan “*journal*” sebagai terjemahan dari bahasa Latin “*diurnal*” yang berarti “harian” atau “setiap hari” atau berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan atau pelaporan setiap hari .

Jurnalistik merupakan kegiatan yang dilakukan setiap hari dan bisa di katakan bahwa jurnalistik itu memiliki faktor aktualitas, dimana ke aktualitasan adalah pendorong berkembang dunia jurnalistik itu sendiri. Kegiatan jurnalistik sendiri tergantung pada media massa sebagai salurannya. Khalayak sebagai audience yang selalu berhubungan dengan kegiatan setiap hari, selalu terkait dengan fenomena-fenomena yang menyangkut hidup mereka akan selalu ingin mengetahui berita atau informasi yang aktual melalui media massa. Di dalam jurnalistik mencari, menyunting, mengolah, menumpulkan, menyebarkan adalah termasuk kegiatan jurnalistik.

Dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia** karya **Poewodarminta**;

Jurnalistik berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482).

Kemudian menurut **Assegaff** dalam *Jurnalistik Indonesia* **Sumadiria**,
Jurnalistik adalah ;

**Kegiatan untuk menyiapkan, mengedit dan menulis
untuk surat kabar, majalah atau berkala lainnya (1983:9)**

Menurut **Sumadiria** dalam bukunya *Jurnalistik Indonesia* Jurnalistik
didefinisikan Sebagai :

**Kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan,
mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui
media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan
secepat-cepatnya. (2005:3)**

Adapun pengertian jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku *Jurnalistik
Praktis* , mengemukakan:

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan
meliput, membuat dan menyebarluaskan peristiwa yang
bernilai berita (*news*) dan pandangan (*views*) kepada
khalayak melalui saluran media massa baik cetak
maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut
jurnalis atau wartawan. (2001:70)**

Dari berbagai literatur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya **Sudirman Tebba, Jurnalistik Baru**, yakni:

- 1. Tidak boleh memasukkan opini pribadi.**
- 2. Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.**
- 3. Unsure 5W + 1H tetap ada.**
- 4. Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.**
- 5. Naskah berita harus lugas dan mengandung daya gerak (2005: 3).**

Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Karya jurnalistik adalah uraian fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada disajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

Pencarian, pengumpulan, penyeleksian, penyebaran, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik dan penyajian kepada khalayak melalui media massa periodik cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsip yang mengutamakan kecepatan, ketepatan,

kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan berprasangka (praduga tak bersalah).

Ilmu jurnalistik dituangkan dalam bentuk karya jurnalistik yang disajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak, elektronik, maupun internet.

2.3.1 Bentuk Jurnalistik

Menurut **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. Jurnalistik Media Cetak

Jurnalistik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.

2. Jurnalistik Auditif

Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran.

3. Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual

Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media on line (internet) (2006: 4).

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini terjadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

2.4 Fenomena

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunan, *Phainoai*, yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinckh. Meskipun demikian pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl.

Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka *intersubektivitas* (pemahaman kita mengenai duni dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). (Kuswarno, 2009:2)

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. (Littlejohn, 2009:57)

Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak dapat berdiri sendiri, karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran yang lebih lanjut. Tokoh-tokoh fenomenologi ini diantaranya Edmund Husserl, Alfred Schutz, dan Peter. L Berger dan lainnya.

Fenomenologi menerobos fenomena untuk dapat mengetahui makna hakikat terdalam dari fenomena tersebut untuk mendapatkan hakikatnya.

2.4.1 Pengertian Fenomena

Fenomenologi adalah sebuah studi dalam bidang filsafat yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena. Ilmu fenomenologi dalam filsafat biasa dihubungkan dengan ilmu hermeneutik, yaitu ilmu yang mempelajari arti daripada fenomena ini.

Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert (1728-1777), seorang filsuf Jerman. Dalam bukunya *Neus Organon* (1764). Ditulisnya tentang ilmu yang tak nyata.

Dalam pendekatan sastra, fenomenologi memanfaatkan pengalaman intuitif atas fenomena, sesuatu yang hadir dalam refleksi fenomenologis, sebagai titik awal dan usaha untuk mendapatkan *fitu*-hakekat dari pengalaman dan hakekat dari apa yang kita alami. G.W.F. Hegel dan Edmund Husserl adalah dua tokoh penting dalam pengembangan pendekatan filosofis ini.

Tradisi fenomenologi berkosentrasi pada pengalaman pribadi termasuk bagian dari individu-individu yang saling memberikan pengalaman satu sama lainnya. Komunikasi dipandang sebagai proses berbagi pengalaman atau informasi antar individu melalui dialog. Hubungan baik antar individu mendapat kedudukan yang

tinggi dalam tradisi ini. Dalam tradisi ini mengatakan bahwa bahasa adalah mewakili suatu pemaknaan terhadap benda. Jadi, satu kata saja sudah dapat memberikan pemaknaan pada suatu hal yang ingin dimaknai.

Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Seperti yang dikemukakan oleh Littlejohn bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia sekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif, yakni tindakan menjupemaknaan.

Manusia memiliki paradigma tersendiri dalam memaknai sebuah realitas. Pengertian paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan sesuatu yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat *normatif*, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau *epistemologis* yang panjang.

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep bersifat intersubyektif. Oleh karena itu, peneliti fenomenologi harus

berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala. Natanson menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial.

Berdasar asumsi ontologis, penggunaan paradigma fenomenologi dalam memahami fenomena atau realitas tertentu, akan menempatkan realitas sebagai konstruksi sosial kebenaran. Realitas juga dipandang sebagai sesuatu yang sifatnya relatif, yaitu sesuai dengan konteks spesifik yang dinilai relevan oleh para aktor sosial. Secara epistemologi, ada interaksi antara subjek dengan realitas akan dikaji melalui sudut pandang interpretasi subjek. Sementara itu dari sisi aksiologis, nilai, etika dan pilihan moral menjadi bagian integral dalam pengungkapan makna akan interpretasi subjek.

Istilah fenomenologi pertama diperkenalkan pada abad 18 sebagai sebuah teori, namun dalam penggunaan kataq fenomenologi masih mengundang berbagai pertanyaan dikalangan ilmuwan karena kata fenomenologi bersifat filosofis ketidakjelasan dalam pendefinisai fenomenologi sehingga selalu mengundang pertanyaan apa itu fenomenologi. Namun secara leksikal atau etimologi Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *Phainomai* yang berarti 'menampak'. *Phainomenon* merujuk pada 'yang menampak'. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk kedalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya sendiri seperti yang tampak secara kasat mata, melainkan

justu ada didepan kesadaran dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalam langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Oxford English Dictionar, yang dimaksu dengan fenomenologi adalah :

- a. *The science of phenomena as distinct from being (ontologi).*
- b. *Division of any science which discribes and classifies its fenomena*

Fenomenologi dengan demikian adalah ilmu yang mengeai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menajdi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang nampak didepan kata dan bagaiman penampakannya.

Fenomenologi dalam filsafat digunakan dalam pengertian yang utama, yakni diantara teori dan metodologi, sedangkan dalam filsafat ilmu fenomenologi tidak menggunakan pengertian yang utama sehingga pada abad 20 diabaikan sehingga sedikit sekali ilmuwan yang memahami tentang fenomenologi. Namun saat ini, fenomenologi digunakan sebagai metode berpikir untuk menganalisis sebuah realitas namun disatu sisi fenomenologi sebagai disiplin ilmu dalam filsafat yang mempelajari fenomena manusai (*human phenomena*). Tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakannya. Fenomenologi tidak beranjak

dari kebenaran fenomena yang tampak itu, adalah obyek yang penuh dengan makna transendental. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakikat dengan kebenaran, maka harus menerobos melampaui fenomena yang tampak itu.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti sebagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka *intersubjektif*. *Intersubjektif* karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain didalamnya.

2.4.2 Fenomenologi Dari Alfred Schutz

Alfred Schutz lahir di Wina pada tahun 1899 dan meninggal di New York pada tahun 1959. Ia menyukai musik, pernah bekerja di Bank mulai berkenalan dengan ilmu hukum dan sosial. Ia mengikuti pendidikan akademi di Universitas Vienna, Austria dengan mengambil bidang ilmu-ilmu hukum dan sosial. Gurunya yang sangat terkenal adalah Hans Kelsen (ahli hukum), Ludwig Von Mises (ekonom), dan Friedrich Von Wieser dan Othmar Spann (keduanya ahli sosiologi).

Pendidikan formal ini dijalankan Schutz setelah ia mengikuti Perang Dunia I. Selama kuliah ia menjadi sangat tertarik pada karya-karya Max Weber dan Edmund Husserl. Setelah lulus ilmu hukum, dia malah bekerja dibidang perbankan untuk jangka waktu yang sangat lama. Meskipun penghasilannya sangat besar tapi dia merasa perbankan bukanlah tempat yang cocok baginya untuk mengaktualisasikan diri.

Schutz akhirnya banting setir yang mulai mempelajari sosiologi khususnya fenomenologi yang dianggap memberi makna dalam pekerjaan dan hidup. Di tahun 1920-an meskipun bukan seorang dosen, tetapi hampir seluruh temannya adalah dosen perguruan tinggi sehingga dia mulai terjun ke dunia akademik. Dia mulai mengajar dengan bantuan temannya dan bahkan memberikan kuliah di perguruan tinggi serta berpartisipasi dalam diskusi dan seminar ilmiah. Setelah menerbitkan *Der Sinnhafte Aufbau de Soziale Welt*, Schutz akhirnya berkenalan secara pribadi dengan Edmund Husserl yang menawarinya menjadi asisten tetapi Schutz menolaknya.

Teori Schutz kental pengaruh Weberian-nya khususnya karya-karya mengenai tindakan (*action*) dan tipe ideal (*Ideal type*). Meskipun Schutz terkagum-kagum pada Weber tetapi ia berusaha mengatasi kelemahannya yang ada didalam karya Weber dengan menyatukan ide filsuf besar Edmund Husserl dan Henri Bergson.

Schutz sangat ingin mendirikan Sekolah Tinggi ekonomi Austria dengan menggunakan paradigma *theory of action* yang bersifat subyektif tapi ilmiah. Keinginannya ini mempengaruhi dirinya menerbitkan buku yang sangat berharga dibidang sosiologi yang berjudul *The Phenomenology of the social world* yang

diterbitkan tahun 1932 dalam bahasa Jerman. Buku ini baru diterjemahkan kedalam bahasa Inggris tahun 1967, sehingga karya Schutz baru mendapat perhatian serius dan penghargaan dari Amerika Serikat tiga puluh tahun sejak diterbitkan.

Karir akademiknya tercatat ditahun 1943, Schutz mengajar di *The New Yoirk School of Research* yang sebelumnya bernama Alvin Johnson's University. Meski siang hari dia menjadi bankir namun dimalam hari dirinya mengabdikan diri untuk dunia pendidikan. Tapi tidak sampai tahun 1956 dia berhenti menjadi konsultan perbankan dan berkonsentrasi menjadi dosen di *News School for Research*.

Selain mengajar Schutz juga aktif menerbitkan tulisan-tulisan di jurnal penelitian *Philosophy and Phenomenological Research*. Schutz menjadi staff redaksi jurnal itu ditahun 1941. Ditahun 1952, dia dinobatkan sebagai guru besar di *New York School for Research* dan mengajar disana sampai dia meninggal pada tahun 1959.

Meski Schutz telah tiada tetapi koleksi karya-karyanya diterbitkan dalam tiga jili di tahun 1962, 1964 dan 1966. Bahkan Thomas Luckman seorang guru besar di Universitas Frankfurt mengumpulkan catatan dan tulisan Schutz dan membuatnya menjadi buku *Die Strukturen de Lebenswelt* yang dilibahasakan kedalam bahasa Inggris di tahun 1970 dengan judul *Reflection on the problem of relevance*.

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 metodologi 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.

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

Pada Schutz memang ada berbagai ragam realitas termasuk didalamnya 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 di *life world* ini, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur 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 prespektif waktu dalam masyarakat.

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 *usefull knowledge*. *Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada *content* (isi), *meaning* (makna), *intensity* (intensitas), dan *duration* (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (*science*), khususnya ilmu sosial.

Melakukan pengamatan aktor bukanlah esensi utama dari kajian fenomenologi sebagai perpektif. Fenomenologi Schutz sebenarnya lebih merupakan tawaran akan cara pandang baru terhadap fokus kajian penelitian dan penggalian terhadap makna yang terbangun dari realitas kehidupan sehari-hari yang terdapat didalam penelitian secara khusus dan dalam kerangka luas pengembangan ilmu sosial. Dengan demikian, fenomenologi secara kritis dapat diinterpretasikan secara luas sebagai sebuah implikatif kepada metode penelitian sosial. Pengaruh tersebut diantaranya

menempatkan responden sebagai subyek yang menjadi aktor sosial dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya pemahaman secara mendalam tentang pengaruh perkembangan fenomenologi itu sendiri terhadap perkembangan ilmu sosial belum banyak dikaji oleh kalangan ilmuwan sosial. Pengkajian yang dimaksud adalah pengkajian secara historis sebagai salah satu pendekatan dalam ilmu sosial. Salah satu ilmuwan sosial yang berkompeten dalam memberikan perhatian pada perkembangan fenomenologi adalah Alfred Schutz. Ia mengaitkan pendekatan fenomenologi dengan ilmu sosial. Selain Schutz, sebenarnya ilmuwan sosial yang memberikan perhatian terhadap perkembangan fenomenologi cukup banyak, tetapi Schutz adalah seorang perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat analisa dalam menangkap segala gejala pendekatan fenomenologi sebagai alat analisa dalam menangkap segala gejala yang terjadi di dunia ini. Selain itu, Schutz menyusun pendekatan fenomenologi secara lebih sistematis, komprehensif dan praktis sebagai sebuah pendekatan yang berguna untuk menangkap berbagai gejala (fenomena) dalam dunia sosial. Dengan kata lain, buah pemikiran Schutz merupakan sebuah jembatan konseptual antara pemikiran fenomenologi pendahulunya yang bernuansa filsafat sosial dan psikologi dengan ilmu sosial yang berkaitan langsung dengan manusia pada tingkat kolektif, yaitu masyarakat.

Posisi pemikiran Alfred Schutz yang berada ditengah-tengah pemikiran fenomenologi murni dengan ilmu sosial menyebabkan buah pemikirannya mengandung konsep dari kedua belah pihak. Pihak pertama, fenomenologi murni yang

mengandung konsep pemikiran filsafat sosial yang bernuansakan pemikiran metafisik dan transendenta pada satu sisi. Disisi lain, pemikiran ilmu sosial yang berkaitan erat dengan berbagai macam bentuk interaksi dalam masyarakat yang tersebar sebagai gejala-gejala dalam dunia sosial. Gejala dalam dunia sosial tersebut tidak lain merupakan objek kajian formal (*focus interest*) dari fenomenologi sosiologi.

Kualitati, menempatkan ide dasar fenomenologi Schutz sebagai suatu teori atau pendekatan, melainkan lebih merupakan gerakan filosofis pada abad 20-an yang menjadi perhatian dari ilmu sosial sebagai ilmu humaniora. Penempatan responden sebagai aktor sosial yang menjalankan peran simultan sebagai pengobservasi sekaligus sebagai subyek pembangunan makna dalam proses penelitian bersifat fenomenologis merupakan gerakan filsafat sosial yang tidak sekedar bergulat pada tataran konseptual namun juga memiliki agenda emansipatoris untuk memberikan nilai lebih pada setiap interaksi dalam proses penelitian sosial.

Pemikiran dasar fenomenologis Schutz ini tidak asing lagi bagi kalangan ilmuwan sosial dan komunikasi karena memang sudah menjadi jiwa dan semangat dalam setiap produk teknik penelitian sosial kualitatif atau metode yang berkembang selama ini. Pemikiran fenomenologis memberikan ide dasar yang menjadi fondasi kokoh dari setiap aliran pemikiran sosial yang menekankan pemikirannya pada penyediaan proses pemahaman. Penyelidikan terhadap pemahaman yang dimaksud adalah pemahaman yang dibangun dari makna yang melekat pada setiap individu dari

setiap tindakannya. Semua tindakan tekni penelitian ini dilakukan dalam kerangka pemahaman akan setiap tindakan dan perilaku secara umum.

Selanjutnya perkembangan tradisi pemahaman terhadap pembentukan pemaknaan dari tindakan diteruskan dalam tradisi konstruktivisionis. Tradisi ini melahirkan ilmuwan sosial besar sekelas Peter L Berger dengan Konstruksi Sosial atas Realitasnya yang menggabungkan diri secara massal kedalam rumpun sosiologi pengetahuan. Namun sebelumnya tokoh ilmu sosial seperti George Herbert Mead dan Herbert Blumer juga meneruskan tradisi filsafat ini dengan secara tekun mengaitkan pemikirannya dengan pemikiran pendahulunya yaitu Husserl yang menempatkan fenomenologi sebagai disiplin filsafat. Muara dari tulisan singkat ini ingin memberikan gambaran tentang akartradisi berfikir fenomenologi kedalam ruang perdebatan yang secara tentang pemikiran perilaku informasi. Hal ini tentu saja tidak lepas dari kepentingan tulisan singkat untuk secara ilmiah mengaitkannya dengan perkembangan metode dalam penelitian ilmu komunikasi sebagai bagian integral dari ilmu-ilmu humaniora

2.4.3 Jenis-Jenis Fenomena

Inti dari tradisi fenomenologi adalah mengamati kehidupan dalam keseharian dalam suasana yang alamiah. Tradisi memandang manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungannya. Titik

berat tradisi fenomenologi adalah pada bagaimana individu mempersepsi serta memberikan interpretasi pada pengalaman subyektifnya. Adapun varian dari tradisi Fenomenologi ini adalah:

1. Fenomena Klasik, percaya pada kebenaran hanya bisa didapatkan melalui pengarahannya pengalaman, artinya hanya mempercayai suatu kebenaran dari sudut pandanganya tersendiri atau obyektif.
2. Fenomenologi Persepsi, percaya pada suatu kebenaran bisa didapatkan dari sudut pandang yang berbeda-beda, tidak hanya membatasi fenomenologi pada obyektifitas, atau bisa dikatakan lebih subyektif.
3. Fenomenologi Hermeneutik, percaya pada suatu kebenaran yang ditinjau baik dari aspek obyektifitas maupun subyektifitasnya, dan juga disertai dengan analisis guna menarik suatu kesimpulan.

2.5 Media

2.5.1 Definisi Media

Kata media berasal dari Bahasa latin, merupakan bentuk jamak dari kaya “Medium” yang secara harfiah kata tersebut mempunyai arti perantara atau pengantar. Menurut Arsyad (2002:4) media adalah semua bentuk perantara yang di gunakan oleh manusia untuk menyebarkan ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang di kemukakan itu sampai kepada penerima yang di tuju. Jadi media

merupakan alat perantara yang diciptakan untuk menyalurkan pesan dengan tujuan agar pengguna dapat lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan.

2.5.2 Jenis-jenis Media

Menurut **Rudi Berts** dalam bukunya **Media Pembelajaran** membagi media berdasarkan indera yang melihat :

a. Media Audio

Media Audio yaitu media yang hanya melibatkan indera pendengaran dan hanya mampu memanipulasi kemampuan suatu semata. Dilihat dari sifat pesan yang diterimanya media audio ini menerima pesan verbal dan juga non verbal. Pesan verbal audio yaitu bahasa lisan atau kata-kata dan pesan non verbal audio adalah seperti bunyi-bunyian dan vokalisasi, seperti gerutuan, gumam, music dan lain-lain.

b. Media Visual

Media visual yaitu media yang hanya melibatkan indera pengelihatan, termasuk dalam jenis media ini adalah cetak verbal, media cetak grafis, dan media non cetak. Pertama, media visual verbal adalah media visual yang memuat pesan verbal (pesan linguistic berbentuk tulisan). Kedua, media visual non verbal yakni berupa symbol-simbol visual atau unsur-unsur grafis, seperti gambar (sketsa, lukisan dan foto), grafis diagram, bagan dan peta. Ketiga, media visual non verbal tiga dimensi adalah media visual yang memiliki tiga dimensi, berupa model, seperti miniature, *mock up*, *specimen* dan diorama.

c. Media Audio Visual

Media audio visual yaitu media yang melibatkan indera pendengaran dan pengelihatan sekaligus dalam suatu proses. Sifat pesan yang didapat di salurkan melalui media dapat berupa pesan verbal dan pesan non verbal yang terdengar layaknya media visual juga pesan verbal yang terdengar layaknya media di atas. Pesan visual yang terdengar dan terlihat itu dapat disajikan melalui

program audio visual seperti film documenter, film drama dan lain-lain (2003:52)

2.5.3 Media Baru (*new media*)

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, khususnya teknologi komunikasi telah menggeser kehebatan media massa yang selama ini menjadi primadona diantara media lainnya sebagai media penyampai pesan. Kehadiran internet ditengah-tengah kehidupannya masyarakat merupaka awal dari munculnya media baru (*new media*).

Meurut **Martin Lister** dalam bukunya *New Media A Critical Introduction* mengungkapkan bahwa:

Istilah *new media* atau media baru lambat laun mulai dikenal pada tahun 180. Dunia media dan komunikasi mulai terlihat berbeda dengan kehadirannya media baru ini, terlihat berbeda dengan kehadirannya media baru ini, tidak terbatas pada satu sektor atau elemen tertentu. Dalam pengertian ini, munculnya ‘media baru’ sebagai semacam fenomena yang dilihat dari sisi sosial teknologi, dan perubahan budaya.(2009:10)

Proses kemajuan terhadap media ini bersifat sentral bagi pemahaman tentang *mediamorfosis*. *Mediamorfosis* adalah transformasi media komunikasi, yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. (Flider,2003:23)

Media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lainnya, semuanya muncul secara bertahap dari metamorphosis media terdahulu. Ketika bentuk-bentuk

yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk terdahulu cenderung beradaptasi dan terus berkembang bukan mati.

Media baru ini sesungguhnya merujuk pada berbagai perubahan mendalam media produksi, distribusi dan penggunaan. Ini adalah perubahan teknologi, tekstual, konvensional dan budaya. Mengingat hal ini, tetap diskusi bahwa sejak pertengahan 1980-an sejumlah konsep kedepan yang menawarkan untuk menentukan karakteristik kunci dari bidang media baru secara keseluruhan.

Istilah utama dalam wacana tentang media baru ini adalah digital, *interaktif*, *hypertextual*, *virtual*, jaringan dan simulasi. Beberapa contoh, seperti internet, *website*, komputer, multimedia, permainan komputer, CD-Roms, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku yang berbasis kertas. Sudah jelaskan bahwa *new media* adalah media yang berbasis teknologi komputer, kemajuan, kemajuan teknologinya baik dari segi *hardware* dan *software*.

Media baru juga merupakan bagian dari *cyberculture*, implikasi dari perkembangan teknologi dunia maya sebagai perpanjangan indera manusia menyebabkan lahirnya perilaku baru atau sosiologi, dan budaya yang berhubungan dengan penggunaan teknologi dunia maya.

Menurut Soleh Soemirat Media baru sangat fenomenal dan diminati oleh banyak orang diseluruh penjuru dunia adalah internet. Internet merupakan jaringan longgar dari jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. (soemirat,2002:122).

Pada mulanya internet dikembangkan oleh Pentagon, pada tahun 1960-an internet merupakan sistem hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan komputer, yang dihubungkan melalui modem dan jalur telpon.

Menurut **Anne Gregory**, dalam bukunya **Hubungan Media Yang Efektif**, internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun hal tersebut tergantung dari apa yang dilihat oleh si pengguna internet dari keanekaragaman sumber informasi yang tersedia. Dengan ditemukannya mesin pencari (*search engine*) seperti google dan yahoo, maka hal tersebut menjadi semakin mudah untuk dilakukan. Pada tahun 1990. Seorang ilmuwan eropa mengembangkan *world wide web* (WWW) atau biasa yang kita kenal dengan *website*. *Website* merupakan halaman-halaman informasi yang berbentuk teks, grafik, dan *hypertext*. Informasi yang diletakan di WWW disebut *homepage*. Setiap *homepage* mempunyai alamatnya sendiri-sendiri. Informasi yang disajikan dalam *website* bukan hanya berupa *text*, tetapi juga berupa gambar bahkan multimedia.

Internet menjadi sebuah revolusi dari komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta memberikan banyak kemudahan bagi individu maupun organisasi dalam menyampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih cepat dan lebih luas jangkauannya.

Pakar media baru **John Pavlik** dan **Shawan Melntosch** dalam **cutlip, center & broom** pada buku *Effective Public Relations* mengatakan tentang “konvergensi media” yaitu:

Menyatukan telekomunikasi, komputer, dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi dan perubahan yang dihasilkan telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. (2007:287)

Dari pengertian diatas dikatakan bahwa media baru adalah perpaduan antara telekomunikasi, komputer dan media dalam bentuk digital. Perpaduan unsur-unsur tersebut telah menguabh banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. Jika diaktakan dengan menggunakan medai massa pesan akan bisa disampaikan secara luas, maka media baru bisa menyiarkannya secara lebih luas lagi menembus ruang dan waktu dan tidak hanya sekedar aspek penyiaran yang akan dihasilkan tetapi media baru mampu membentuk sebuah jaringan.

Littlejohn & Foss dalam bukunya **Teori Komunikasi *Theories Of Human Communication*** menyebut media baru sebagai “media kedua” dan media yang sebelumnya atau medai massa dikatakan “media pertama”. Perbedaan paling dominan antara media tersebut ialah membandungkan kedua media tersebut dengan memberikan gambaran sebagai berikut:

Era media yang pertama digambarkan oleh (1) sentralisasi produksi (satu menjadi banyak); (2) komunikasi satu arah; (3) kendali situasi, untuk sebagianbesar; (4) reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media; (5) audien massa yang terpecah; dan (6) pembentukan kesadaran sosial. Era media kedua sebaliknya dapat digambarkan sebagai: (1) disentralisasi; (2) dua arah; (3) diluar kendali situasi; (4) demokratisasi; (5)mengangkat kesadaran individu; (6) orientasi individu. (2009:413)

Dari rincian diatas dapat disimpulkan bahwa media baru bersifat lebih bebas dibandingkan dengan media sebelumnya dan adanya komunikasi dua arah (interaktif) merupakan hal yang tidak dapat dikendalikan dengan mudah, karena siapa saja bisa masuk menjadi pelaku komunikasi dan antar pelaku komunikasi satu sama lain saling mempengaruhi.

Dalam perkembangan *new media* selain diiringi dengan semakin berkembangnya penggunaan internet juga diiringi dengan diperkenalkan istilah *Web 2.0* menurut **Tim O'Reilly** yang dikutip **Wikipedia** istilah *Web 2.0* diartikan sebagai:

Sebuah revolusi bisnis didalam industri komputer yang terjadi akibat pergerakan ke internet sebagai *platform*, dan suatu usaha untuk mengerti aturan-aturan agar sukses di *platform* tersebut. (4 Agustus 2011).

Tim O'Reilly yang dikutip oleh **Folker, La & Larab** dalam buku *The Media in Your life on Introduction* mendefinisikan *Web 2.0* kedalam beberapa *fitur* diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Instead of software, web 2.0 companies provide service.*
2. *Web 2.0 companies own important, unique database*
3. *Web 2.0 companies trust users as participants*
4. *Thenfore, these web 2.0 service represent a collective intelligence.*
5. *Web 2.0 companies allow users to select among many kinds of content or product, each with low demand but that add up collectively to large demand*
6. *Users can access Web 2.0 service from a variety of device, such as cell phone an PDAs*
7. *Web 2.0 software development, user interface, and business models operate on principills of providing rich content, users firendliness, and usability.*

(1) Dari pada *software*, perusahaan web 2.0 ini menyediakan suatu layanan.; (2) Yang penting dimiliki perusahaan web 2.0 adalah *database* yang unik.; (3) perusahaan web 2.0 mempercayai pengguna sebagai peserta.; (4) Oleh karena itu, layanan web 2.0 merupakan kecerdasan *kolektif* .; (5) perusahaan web 2.0 mengizinkan pengguna untuk memilih berbagai konten atau produk, masing-masing dengan permintaan rendah, tapi itu bisa bertambah secara kolektif untuk permintaan besar.; (6) Pengguna dapat mengakses layanan web 2.0 dari berbagai perangkat seperti ponsel dan PDA.; (7) Pengembangan *software* web 2.0, antar muka pengguna, dan model bisnis beroperasi didalam prinsip-prinsip yang menyediakan konten yang banyak, pengguna yang ramah dan mudah digunakan). (2008:25)

Dalam uraian diatas perusahaan web 2.0 yang menyediakan layanan misalnya seperti *google*, *4shared dll*. Mereka menyediakan konten-konten yang bisa digunakan, selain pengguna mendapatkan informasi pihak pengguna pun boleh ikut berbagai informasi sesuai dengan layanan yang mereka sediakan.

Web 2.0 ini bisa dikatakan pula sebagai wajah baru dari *world wide web* dimana dulu pertukaran informasi hanya bisa dibuat oleh orang-orang yang mengerti pemrograman dengan posisi audien yang pasif sehingga arus informasi yang terjadi disebut *one to many* namun sekarang siapapun bisa membuat dan mendistribusikan konten apapun tanpa harus belajar pemrograman *one to many* sekarang telah beralih menjadi *many to many*.

2.6 Youtube

YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di YouTube adalah **.FLV** yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki plugin Flash Player. Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2006 YouTube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen.

Pada 9 Oktober 2006 diumumkan bahwa YouTube telah dibeli Google dengan harga US\$1,65 miliar. Pada awal April 2008 beberapa ISP Indonesia menutup akses ke beberapa situs web termasuk YouTube karena memuat film Fitna. Awalnya pemblokiran berupa pemblokiran sepenuhnya terhadap seluruh situs web, namun kemudian diubah menjadi pemblokiran terhadap URL tertentu yang memuat video tersebut saja.

Steve Shih Chen (31 tahun/Taiwan-AS), **Jawed Karim** (30 tahun/Jerman-AS), **Chad Hurley**(32tahun/AS) Ketiganya adalah pencipta dari situs “berbagi video online”, YouTube. Mereka mendirikan YouTube pada 2005. Ketika itu, Chad berusia 28 tahun dan Steve 27 tahun.

Pada Oktober 2006, YouTube diakuisisi oleh Google. Nilainya: 1,65 miliar dollar AS (Rp16,9 triliun). Mungkin kalau bisa di katakan web apa lagi yang sangat populer saat ini, Yuotube merupakan salah satu jawaban yang akan keluar. Pada tahun

2007 Youtube mencapai puncak kesuksesannya dalam persaingan bisnis di internet setelah mereka memiliki ribuan bahkan sampai jutaan member baik yang aktif dan yang tidak aktif di seluruh dunia.

Youtube merupakan tempat file sharing bagi semua membernya di mana kita bisa mencari atau mengupload video rekaman kita untuk dapat di saksikan oleh orang lain. Banyak dari neters datang ke web ini hanya ingin mencari berita, hasil pertandingan sepak bola atau lainnya. Sekarang ini saya akan mengulas tuntas sejarah dari Youtube.

Youtube prakarsai oleh tiga orang mantan perusahaan paypal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley merupakan alumnus design di University Indiana Pennsylvania, sedangkan Chen dan Karim alumnus ilmu komputer di University Illinois Urbana-Champaign. Nama domain 'YouTube.com' sendiri diaktifkan pada 15 Februari 2005, dan pada bulan-bulan berikutnya website mulai dibangun. Mereka mempublikasikan preview dari website pada Mei 2005, atau 6 bulan sebelum launching secara resmi.

Sebagaimana banyak teknologi baru dijalankan, YouTube bermula dari usaha kecil di sebuah kantor sementara di garasi. Pada November 2005, Sequoia Capital, menginvestasikan US\$ 3,5 juta, ditambah Roelof Botha, mantan CFO PayPal, bergabung dengan jajaran direksi YouTube. Pada April 2006 Sequoia menambah investasi US\$ 8 juta, dimana YouTube tengah mencapai tingkat kesuksesan dan pertumbuhan yang pesat.

Pada musim panas 2006, YouTube menjadi salah satu website terpesat pertumbuhannya, dan ditempatkan Alexa sebagai website terpopuler ke-5, jauh melebihi pertumbuhan MySpace. Menurut sebuah tinjauan 16 Juli 2006, 100 juta video clip dikunjungi setiap hari di YouTube, dengan tambahan 65.000 video baru diupload setiap 24 jam. Menurut Nielsen/NetRatings, YouTube dikunjungi rata-rata 20 juta user setiap bulan, dengan user sekitar 56% laki-laki dan 44% wanita. User dominan berusia antara 12 hingga 17 tahun. Keunggulan YouTube dalam pasar online video cukup mengejutkan. Menurut website Hitwise.com, YouTube menguasai 64% pasar online video di Inggris.

Pada 9 Oktober 2006, Google membeli YouTube seharga US\$ 1,65 milyar. Perjanjian pembelian antara Google dan YouTube datang setelah YouTube menuntaskan 3 perjanjian dengan perusahaan media untuk meloloskan diri dari tuntutan pelanggaran hak cipta. YouTube terus beroperasi bebas dengan pendiri dan 67 karyawan perusahaan. Perjanjian untuk memperoleh YouTube difinalisasi pada 13 November 2006, yang merupakan akuisisi Google terbesar.

2.7 Motor Video Blog (MotoVlog)

Moto Video Blog, atau bisa disingkat Motovlogg (diucapkan MotoVlog, bukan Moto-V-log), atau motorvblog, merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama. Berbagai perangkat seperti action cam dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas moto video blog.

Moto video blogg masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. Motor video blog biasanya ada juga yang dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar foto, serta untuk beberapa motor video blogging, menyantumkan metadata lainnya.

Motor video blogg sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Dengan perangkat lunak yang tersedia, seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio, serta menggabungkan beberapa rekaman ke dalam satu gambar, sehingga menjadi suatu rekaman motor video blogging yang padu.

Motor video blogg juga memanfaatkan keunggulan dari web syndication, ia dapat mendistribusikan dirinya di internet dengan menggunakan format penyesuaian (sindikasi), baik dengan RSS maupun Atom, untuk pemutaran ulang dan agregasi otomatis pada perangkat mobile dan Personal Computer

2.7.1 Sejarah MotoVlog

Motor video blogging merupakan suatu format video dari aktivitas blog, ia mulai menunjukkan eksistensi yang signifikan pada tahun 2016 dan baru menunjukkan popularitasnya yang meningkat pada awal tahun 2017. Hal tersebut ditunjukkan dengan meningkatnya keanggotaan grup motor video blog. Secara dramatis pada tahun 20017.

Situs berbagi-video yang paling populer saat ini, YouTube, dibentuk pada Februari 2005. Ia termasuk dari sekian banyak situs dengan content management system yang dapat mengelola masukan video, dan mempersilahkan para penggunanya untuk memiliki serta mengelola halaman video milik mereka sendiri. Selain berbagi video pada umumnya, motor video blog juga merupakan kategori yang populer di situs YouTube.

Motor video blog menawarkan pengalaman situs yang lebih kaya dibandingkan dengan blogging dalam bentuk teks, karena ia mengkombinasikan video, suara, gambar, dan teks, meningkatkan kandungan informasi, serta emosi, yang dibagi dengan para pengguna internet lainnya.

Media seperti itu membuat para penggunanya menjadi lebih bisa mengeksplorasi berbagai cara baru dalam berkomunikasi, dimana kebanyakan pengguna yakin bahwa video akan menghasilkan ekspresi yang lebih alami dari pada tulisan.

Lebih jauh lagi, konvergensi dari action cam mempermudah merekam video untuk motor video blog yang dapat dilakukan segera setelah video direkam dan di edit terlebih dahulu.

Perkembangan ini juga diikuti dengan diluncurkannya Creative Commons Publisher yang berfungsi memberikan kemudahan akses untuk mengunggah video kapasitas besar ke dalam internet dengan syarat mereka memiliki lisensi Creative Common tersebut.

2.7.2 Perkembangan MotoVlogg di Indonesia

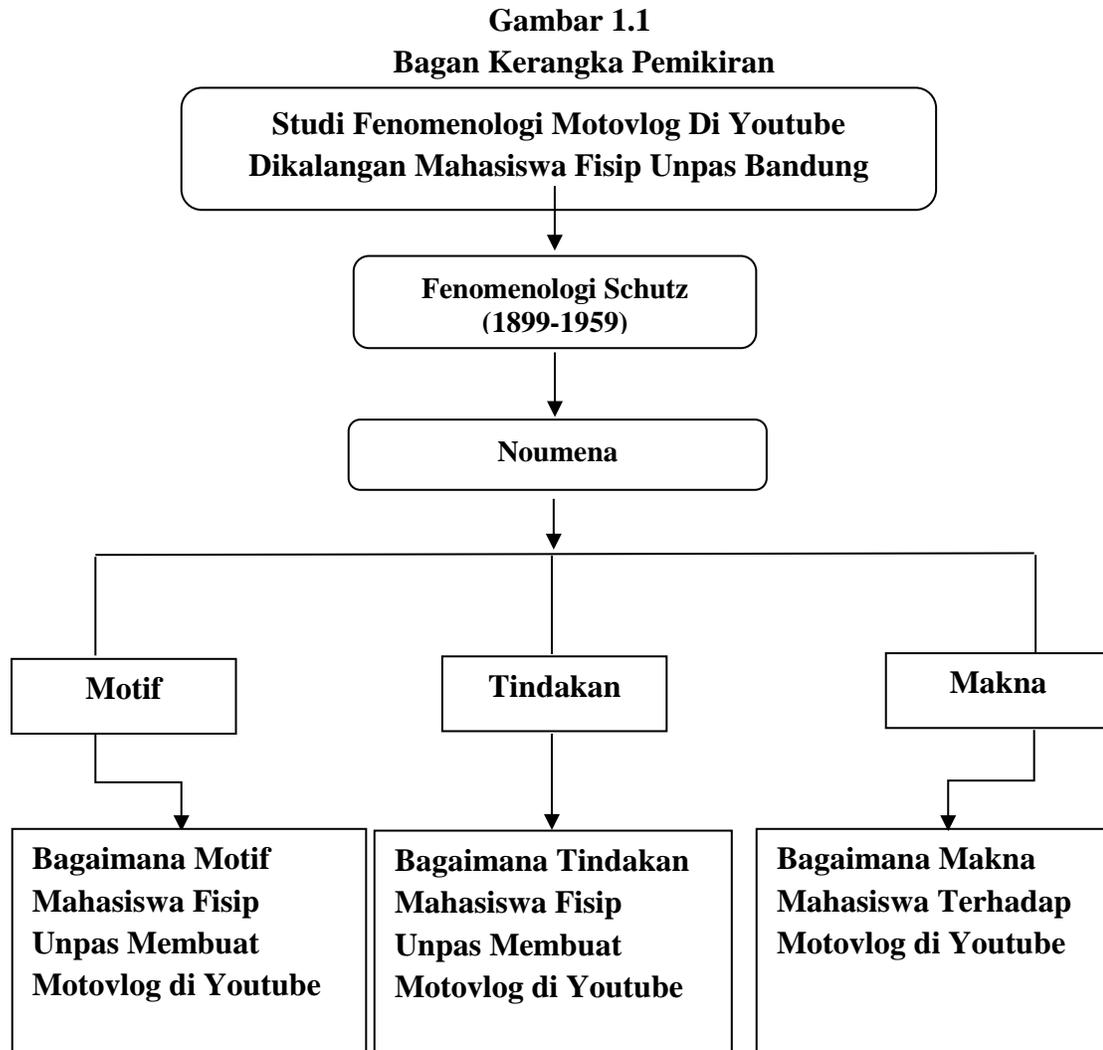
Di Indonesia, penggunaan motor video blog mulai disadari ketika pada tahun 20016 muncul sebuah video rekaman pribadi seorang pencinta motor bernama Jodiemotovlog_HD,Den Dimas,Dennis Surya Dll, yang tersebar luas di YouTube dan menjadi topik yang segera hangat dibicarakan saat itu, karena video tersebut berisikan pengertian dan informasi-informasi mengenai sepeda motor.

Selain itu, fenomena motor video blog yang terjadi pada tahun 2017 di Indonesia juga ditunjukkan dengan hadirnya biker muda asal Indonesia yang tinggal di amerika bernama channel Kharismarider yang merekam aktifitas biker-biker bermotor besar di amerika, sekarang dengan hadirnya para motor video blog (motovlog) yang saat ini sedang di gandrumi oleh para rider-rider muda di indonesia.

Popularitas motor video blogging di Indonesia, terutama yang hadir di situs YouTube juga disusul dengan motor video blog oleh Jodiemotovlog_HD,Den Dimas,Dennis Surya dan Kharismarider yang menyukai sepeda motor, Aktivitas yang dilakukan oleh Jodiemotovlog_HD,Den Dimas,Dennis Surya dan Kharismarider ini dikenal juga dengan istilah motovlog konten motovlog ada berbagaimacam salah satu

contoh ada review motor yaitu membicarakan kelebihan-kelebihan dan kekurangan-kekurangan dari sepeda motor tersebut dan video itu pun setelah tahap editing langsung di upload ke dalam youtube oleh para creator-creator.

2.8 Kerangka Pemikiran



Sumber : Teori Fenomenologi Alfred Schutz, Modifikasi Peneliti dan Pembimbing
2017