**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak kepihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Komunikasi juga merupakan bagian dari hidup manusia yang tidak dapat terpisahkan. Karena komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia sehingga membuat para pakar ilmu pengetahuan meneliti mengenai komunikasi dan lingkupnya.

Komunikasi juga merupakan aktifitas dasar manusia, tidak dapat dipungkiri dalam era teknologi modern seperti saat ini, kehidupan manusia sangat bergelut dengan waktu akses informasi yang cepat, padat, serta akurat, menjadi suatu kebutuhan pokok bagi setiap individu. Salah satu bagian dari komunikasi yaitu adalah komunikasi massa.

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

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

Media tersebut sangatlah banyak ragam dan bentuknya, diantara lain media massa cetak, elektronik dan internet. Media massa cetak adalah media yang menyampaikan pesan atau informasi melalui media cetak seperti koran, taboid, majalah dan lainnya. Media elektronik adalah media yang menyampaikan isi pesan atau informasi dalam bentuk media elektronik seperti televisi, radio, film dan lainnya yang bersifat audio, visual atau audio visual. Sedangkan media massa internet adalah media yang menyampaikan pesannya melalui internet contohnya berupa audio, visual dan audio visual.

Era globalisasi sekarang ini, ternyata tidak hanya saja perkembangan teknologi menjadi canggih akan tetapi juga pola hidup manusia sekarang ini menjadi modern dan serba mudah.

Hal ini bisa dilihat, ketika seseorang sedang melakukan komunikasi dengan orang lain yang jauh dari tempatnya. Mereka tidak perlu lagi menggunakan surat sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan, akan tetapi dengan perkembangan teknologi sekarang ini, mereka dapat menggunakan teknologi komunikasi dan informasi terkini untuk berkomunikasi satu sama lain.

Media sosial merupakan salah satu kebutuhan yang mendasar bagi manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, munculah kebutuhan untuk dapat berkomunikasi secara langsung walaupun terpisah jarak yang jauh. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi, komunikasi di dunia maya akhirnya menjadi salah satu solusi untuk kebutuhan tersebut dan menjadi salah satu aktivitas yang sering dijalani dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu sarana komunikasi di dunia maya yang cukup populer di kalangan masyarakat adalah instant messenger seperti Line,Instagram, dan Skype. Di zaman serba teknologi modern dan praktis ini, para penggila media sosial tentunya mencari berbagai cara untuk berkomunikasi di dunia maya dengan mudah, hal ini didukung dengan maraknya gadget smartphone yang beredar di pasaran yang menyediakan layanan akses cepat untuk para penggunanya. Contohnya smartphone seperti Blackberry, Samsung dan iPhone yang sangat laris penjualannya di Indonesia, dan dengan menggunakan gadget smartphone yang sudah semakin canggih didalamnya terdapat pula berbagai aplikasi yang menunjang komunikasi para penggunanya seperti aplikasi jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *group page* pribadi, kemudian terhubung dengan komunitas untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam berinteraksi di dunia.

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang, pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Faktor – faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunya dari karakteristik konsumen. Dengan adanya gaya hidup *(lifestyle)* dapat melahirkan perkumpulan atau yang biasa kita sebut dengan komunitas.

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu – individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegeraman dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari communis yang berarti “sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak”.

Komunitas juga dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang saling berbagi masalah, perhatian atau kegemaran terhadap suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi atau melakukan komunikasi secara terus menerus.

Komunitas pecinta *Vaporizer* Bandung merupakan salah satu perkumpulan dari berbagai pecinta *Vaporizer* yang berdomisili di Bandung dan mereka menamai komunitas tersebut dengan AtmosVaper.

AtmosVaper adalah perkumpulan sekelompok kecil pengguna *Vaporizer* yang mengemban dirinya dengan misi untuk memasyarakatkan pengguna *Vaporizer* melalui berbagai kegiatan, memberikan pengaruh yang cukup besar bagi perkembangan *Vaporizer* terutama yang berdomisili di Bandung. Hal ini memberikan pengaruh positif bagi generasi muda kota Bandung untuk menyalurkan minat dan bakat dalam *Vaporizer* untuk kelas beginner maupun expert.

*Vaporizer* adalah perangkat yang digunakan dengan menggunakan sebuah baterai dan elemen pemanas (juga disebut sebagai alat atomizer, clearomizer, cartomizer, atau catridge). Ketika cairan khusus campuran (*e-liquid*) membuat kontak dengan elemen pemanas, maka akan memanaskan *liquid* dan dapat menyebabkanya untuk menguap. Mulanya Vaporizer ini dipatenkan pada tahun 2003 oleh Hon Lik. Ketika Hon Lik seorang perokok berat menderita infeksi pernapasan, dengan adanya mimpi buruk Hon Lik tentang rokok maka muncul pertama kalinya niat untuk mewujudkan e-cigarettes sebagai pengganti rokok. Pada tahun 2004, ia menemukan sebuah *device* menggunakan sebuah baterai bertenaga kecil yang mengalirkan larutan cairan nikotin dalam bentuk uap / kabut. Yang tidak mengandung zat umum yang terdapat dalam rokok biasa, seperti tar dan zat karsinogen (penyebab kanker).

Gagasan AtmosVaper dilontarkan oleh Aries Munandar (yang didukung sepenuhnya oleh Denny Santoso., seorang Professional Vaporizer dan Owner salah satu toko besar di kota Bandung) kepada Andrew Setiawan, pendiri dan pengurus utama Toko Vaporizer yang berpangkalan di Jl. Tubagus Ismail No. 45A.

*Vaporizer* yang dikenal sebagai E – cigar kalangan “atas” sempat membuat alat ini kurang disenangi oleh kaum muda kota Bandung. Namun dengan pengenalan dan pengemasan *Vape Meet* yang simple, perlahan membuat stigma tersebut mulai runtuh seiring perkembangan *Vaporizer.* AtmosVaper sebagai salah satu komunitas *Vaporizer* yang berkembang di Bandung memiliki peran memperkenalkan *Vaporizer* sebagai sebuah E – cigar yang nikmat untuk dimainkan.

Tepatnya pada tanggal 23 Juli 2016. Awalnya hanya untuk sekedar berkumpul untuk *recoil* *tank* / rda *Vaporizer*, diskusi tentang *review box mod Vaporizer*, berlatih *vape trick,* membahas rasa *liquid* bersama, sampai mengadakan *coiling art* hingga kemudian berkembang menyelenggarakan *Vape Meet* bersama *Expert Vaporizer* dan  *Profesional* *Vaporizer* Bandung,

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk mendalami dan meneliti lebih lanjut mengenai kasus tersebut dengan judul “**FENOMENA *LIFESTYLE* KOMUNITAS *VAPORIZER* BANDUNG"**

* 1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Makna *lifestyle* komunitas *Vaporizer* Bandung ?
2. Bagaimana Interaksi *lifestyle* komunitas *Vaporizer Bandung* .?
3. Bagaimana Motif *lifestyle* komunitas Vaporizer Bandung ?
   1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Public Relation adalah sebagai berikut ;

1. Untuk mengetahui Makna *lifestyle* komunitas *Vaporizer* Bandung
2. Untuk mengetahui Interaksi *lifestyle* komunitas *Vaporizer Bandung*
3. Untuk mengetahui Motif *lifestyle* komunitas *Vaporizer* Bandung
   1. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu sosial. Berkaitan dengan tema penelitian, Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu **Kegunaan Teoritis** dan **Kegunaan Praktis,** yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada kajian *Public Relations* Adapun jenis dari kegunaan penelitian yaitu:

* + 1. **Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai fenomena *Lifestyle* didalam komunitas
2. Memberikan tambahan wawasan mengenai kajian Ilmu Komunikasi dalam kaitannya dengan fenomena *Lifestyle* komunitas pada mahasiswa.
3. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan mengenai fenomena *Lifestyle* komunitas *Vaporizer* Bandung
   * 1. **Kegunaan Praktis**
4. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai sumbangan pemikiran dalam menyikapi fenomena *Lifestyle* komunitas *Vaporizer* Bandung.
5. Diharapkan para pengguna *Vaporizer* dikalangan mahasiswa bisa lebih mengoptimalkan komunikasinya melalui media sosial dan dapat memudahkan aktifitas komunikasi antar mahasiswa.
6. Dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.
   1. **Kerangka Pemikiran**

Metodologi penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan *study fenomenology*. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan – penemuan yang tidak dapat dicapai melalui prosedur statistik atau dengan kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif biasanya digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, organisasi serta hubungan sosial dalam masyarakat.

Dengan metode penelitian kualitatif, peneliti dapat meneliti komunitas *Vaporizer* di Kota Bandung dengan pendekatan *study fenomenology.* Teori yang digunakan adalah **teori fenomenologi Alfred Schutz**.

Berasal dari bahas Yunani, *Phinomai* yang berarti “menampak”. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert. Meskipun demikian yang menjadi 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 itu ialah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

**Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita melalui dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).”(Kuswarno, Metode Penelitian Komunikasi : Fenomenologi, 2009:2)**

**“Fenomenologi berasumsi bahwa orang – orang secara aktif menginterpretasi pengalaman – pengalamanya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya.” (LittleJohn, *Theory of Human Communication*,2009:57)**

Schutz membuat model tindakan manusia melalui proses yang dinamakan **“tindakan”**. **Tindakan Alfred Schutz** menurut **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi**, menjelaskan :

**“Menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari – hari dan dari kegiatan di mana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran”(2013:17)**

Bagi fenomenologi juga sama halnya, bahkan tindakan terutama ditujukan kepada proses internal dari kesadaran (manusia), baik individual ataupun kolektif. Sekali tindakan itu ditransformasikan kedalam pikiran kita, ia menjadi sulit untuk keluar lagi dan ia mempunyai konsekuensinya pada usaha memperluas sosiologi fenomenologis menjadi teori tentang masyarakat seperti juga tentang pribadi.

Fenomenologi adalah filosofi sekaligus pendekatan metodologi yang mencakup berbagai metode sebagai sebuah filosofi, fenomenologi adalah salah satu tradisi intelektual utama yang telah mempengaruhi riset kualitatif. Poin kunci kekuatan fenomenologi terletak pada kemampuannya membantu penelitian memasuki bidang persepsi orang lain guna memandang kehidupan sebagimana dilihat oleh orang-orang tersebut. Fenomenologi membantu memasuki sudut pandangan orang lain, dan berupaya memahami mengapa mereka menjalani hidupnya dengan cara seperti itu. Fenomenologi bukan hanya memungkinkan untuk melihat dari perspektif partisipan, metode ini juga menawarkan semacam cara untuk memahami kerangka yang telah dikembangkan oleh tiap-tiap individu dari waktu ke waktu, hingga membentuk tanggapan mereka terhadap peristiwa dan pengalaman dalam kehidupan

Fenomena merupakan suatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagai tampak darinya). **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi** menyatakan fenomenologi sebagai berikut :

**Fenomenologi merupakan ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena atau studi tentang fenomena yang tampak di depan kita dan bagaimana menampaknya(Kuswarno, 2009:1).**

Sebutan fenomenologis berarti studi tentang cara dimana fenomena hal-hal yang kita sadari muncul kepada kita, dan cara yang paling mendasar dari pemunculannya adalah sebagai suatu aliran pengalaman-pengalaman inderawi yang berkesinambungan yang kita terima melalui panca indera kita.

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yaitu sebagai tindakan untuk mengungkap makna dari segala sesuatu yang diteliti. Kuswarno dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi** memaparkan bahwa :

**Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat – sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya.”(2009:35)**

Pendapat tersebut cukup memberikan gambaran bahwa fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dan memahami apa yang dirasakan oleh orang lain menurut kesadarannya. Sehingga apa yang dirasakan oleh orang lain bisa kita rasakan juga atau seolah – olah mengalaminya juga.

**Kuswarno** dalam bukunya **Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi ; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** mengutip pandangan **Husserl** tentang fenomenologi, dimana **Husserl** mempresentasikan **“Fenomenologi sebagai belokan transcendental dan pencariannya ini mengantarkannya pada metode *epoche* (dari bahasa Yunani, yang artinya menjauh dari percaya) (2009:10)” .** Pemahamanya diawalai dengan upaya menyimpulkan sesuatu dari setiap prasangka terhadap realitas.

Abad ke 18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Menurut filosof Immanuel Kant fenomena didefinisikan sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya \*(hasil sintesis antara pengindraan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak darinya). Pada tahun berikutnya, pembahasan fenomenologi berkembang tidak hanya pada tataran “kesengajaan”, namun meluas ke kesadaran sementara, intersubjektivitas kesengajaan praktis, dan konteks sosial dan bahasa dari tindakan manusia.

Pada dasarnya fenomenologi mempelajari struktur tipe – tipe kesadaran yang terentang dari persepsi, gagasan, memori, imajinasi, hasrat, kemauan sampai tindakan, baik itu tindakan sosial maupun dalam bentuk bahasa. Struktur bentuk – bentuk kesadaran inilah yang oleh Husserl dinamakan dengan “kesengajaan”, yang berhubungan langsung dengan sesuatu. Struktur kesadaran dalam pengalaman ini yang akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari pengalaman (*content of experience*).

Berkaitan dengan “kesengajaan”**,** diperlukan suatu kondisi atau latar belakang, yang memungkinkan bekerjanya struktur kesadaran dan pengalaman. Kondisi tersebut mencakup perwujudan, keterampilan jasmani, konteks budaya, bahasa, praktik sosial, dan aspek – aspek demografis dari sebuah aktivitas yang disengaja. Fenomenologi akan membawa pemahaman dari pengalaman sadar, kepada kondisi yang akan membantu memberikan pengalaman “kesengajaan” tersebut.

Hal ini mengantarkan kita kepada salah satu perbedaan yang jelas antara fenomenologi dan bentuk lain dari teori tindakan: “tindakan” sejauh ini mengacu pada tindakan manusia dalam berhubungan satu dengan yang lain dan lingkungannya.

Bagi fenomenologi juga sama halnya, bahkan tindakan terutama ditujukan kepada proses internal dari kesadaran (manusia), baik individual ataupun kolektif. Sekali tindakan itu ditransformasikan ke dalam fikiran kita, ia menjadi sulit untuk keluar lagi dan ini mempunyai konsekuensinya pada usaha untuk memperluas sosiologi-fenomenologis menjadi sebuah teori tentang masyarakat seperti juga tentang pribadi.

Menurut Schutz, cara kita mengkonstruksikan makna diluar dari arus utama pengalaman ialah melalui proses tipikasi. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Jadi dalam arus pengalaman dilihat bahwa objek-objek tertentu pada umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Jadi, apa yang Schutz sebutkan sebagai “hubungan-hubungan makna” (*meanings contexs*), serangkaian kriteria yang dengannya kita mengorganisir pengalaman inderawi kita ke dalam suatu dunia yang bermakna. Hubungan-hubungan makna diorganisir secara bersama-sama, juga melalui proses tipikasi, ke dalam apa yag Schutz namakan “kumpulan pengetahuan” (*stock of knowledge*).

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

Menurut Schutz dalam buku **kuswarno** dalam judul **fenomenologi** : **konsepsi, fenomena dan contoh penelitiannya**, mengatakan bahwa :

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

Secara umum karya Schutz telah digunakan untuk memberikan konsep-konsep kepekaan yang lebih lanjut sering secara *implicit*. Tiada satupun studi empiris yang menggunakannya secara sistematik kecuali melalui pengembangan etnometodologi. Namun demikian, Peter Berger telah mencoba secara sistematis untuk mengembangkan fenomenologi menjadi suatu teori mengenai masyarakat.

Dari sini lah kemudian **Kant** merumuskan lebih lanjut mengenai apa yang disebut dengan **NOUMENA.**

**“Noumena adalah sesuatu dalam dirinya sendiri. Sedangkan apa yang menjadi citra atau bayangan dari noumena oleh Kant disebut sebagai fenoumena. Pengetahuan empiris lewat penelitian – penelitian sains merupakan pengetahuan dari fenoumena. Segala sesuatu yang kita tangkap melalui indera kita baik itu perasaan, emosi, gambaran lewat mata, suara, dari telinga, rasa dari sentuhan lidah atau kulit, dan segala sesuatunya hanyalah merupakan entitas fenomena. Yang noumena tak akan pernah dapat kita ketahui. Menurut Kant noumena merupakan entitas – entitas (jamak) yang menyebabkan adanya fenoumena – fenoumena.”(2009:69)**

Menempatkan fenomena dalam tanda kurung, maka perhatian berarti ditempatkan dalam struktur pengalaman sadar, kata kuncinya adalah membedakan apakah kesadaran tersebut bagian dari kesengajaan atau karena terhubung langsung dengan sesuatu. Hal ini dinamakan Husserl dengan pengertian ***Noumena*** dan ***Noumatic*** dari pengalaman.

Secara umum fenomena dapat disimpulkan sebagai suatu yang kita sadari, objek dan kejadian disekitar kita, orang lain, dan diri kita sendiri, sebagai refleksi dari pengalaman sadar kita.

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

Terdapat dua garis besar dalam pemikiran fenomenologi, yakni fenomenologi transcendental seperti yang digambarkan dalam kerja **Edmund Husserl** dan fenomenologi sosial yang digambarkan oleh **Alfred Schutz,** dari dua garis besar tersebut (**Husserl dan Schutz**) terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan studi komunikasi, yakni :

1. **“Prinsip yang paling dasar dari fenomenologi yang secara jelas dihubungkan dengan idealism adalah bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam kesadaran individu.**
2. **Makna adalah derivasi dari potensialitas sebuah objek atau pengalaman yang khusus dalam kehidupan pribadi. Esensinya, makna yang berasal dari suatu objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup**
3. **Kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia dialami dan makna dibangun melalui bahasa. Ketiga dasar fenomenologi ini mempunyai perbedaan derajat signifikasi, bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang akan dibahas.”(1967:87)**

**Alfred Schutz** sering dijadikan centre dalam penerapan metode penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi.

1. Karena melalui **Alfred Schutz** pemikiran dan ide **Edmund Husserl** yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gambling dan mudah dipahami.
2. **Alfred Schutz** merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Komunitas Vaporizer Bandung merupakan salah satu fenomena yang tampak di masyarakat, walaupun komunitas Vaporizer Bandung suatu komunitas yang fenomenal, namun mampu mengubah pola piker masyarakat tentang Vaporizer yang berasal dari luar negeri dan menyenangkan yang menjadikanya alat ini sebagai *lifestyle.* Dengan adanya teori fenomenologi, menjadi alat peneliti sebuah fenomena tentang *lifestyle* komunitas *Vaporizer* Bandung. Berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat. Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dilepaskan dari manusia, karena komunikasi adalah sebuah alat yang kini telah menjadi suatu kebutuhan dalam melangsungkan kehidupan. Apalagi di era globalisasi saat ini komunikasi menjadi suatu hal yang utama dalam menjalin sebuah hubungan.

Dengan komunikasi manusia dapat mengikuti dan mengetahui berbagai macam kejadian di sekitarnya serta dapat meningkatkan kedudukan dan perannya didalam mayarakat. Komunikasi bertujuan untuk menciptakan kesamaan makna atau pengertian tentang suatu hal. Cakupan komunikasi seperti yang telah dikatakan oleh **Harrol Laswell**, yaitu *who says, what, to whom, with what effect,* yang artinya siapa (komunikator), mengatakan apa (pesan), kepada siapa (komunikan atau audience), dengan pengaruh apa.

Dalam praktiknya komunikasi memerlukan media sebagai sarana penyampai pesan, media tersebut dapat berupa media cetak, media elektronik maupun media online. Media-media tersebut memerlukan informasi untuk disampaikan kepada masyarakat, informasi tersebut didapatkan melalui kegiatan pengumpulan data-data yang diolah menjadi sebuah informasi yang berguna bagi masyarakat yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat melalui media baik itu media cetak, media elektronik dan media online.

Komunikasi merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan umat manusia. Komunikasi merupakan suatu cara untu membuka pikiran untuk melangkah ke dunia yang lebih maju dan kaya akan informasi. Informasi tersebut menjadi kebutuhan yang sangat esensial untuk mencapai tujuan.Dengan adanya informasi, masyarakat dapat mengikuti peristiwa peristiwa yang terjadi di sekitarnya atau peristiwa peristiwa yang terjadi di seluruh dunia.Informasi tersebut dapat menambah wawasan masyarakat, memperluas opini dan pandangan, serta dapat meningkatkan kedudukan dan peranannya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Komunikasi berperan penting dalam suatu organisasi atau perusahaan di era globalisasi saat ini. Komunikasi berfungsi untuk menjalin hubungan antar individu ataupun kelompok dalam suatu organisasi. Dunia komunikasi telah berkembang pesat.Internet merupakan media komunikasi yang berkembang pesat saat ini, salah satu contohnya adalah *website*. Informasi dapat dilakukan dengan berkomunikasi, baik secara Verbal maupun Non-Verbal dan ditunjang dengan adanya sebuah media atau perantara. Media cetak, elektronik ataupun media sosial merupakan media komunikasi yang sangat membantu dalam penyebaran informasi.Media tersebut tidak hanya memberikan informasi berita/*news* tetapi juga memperingatkan orang tentang peristiwa peristiwa yang tidak terduga. Bila sebuah berita di dalamnya tidak mengandung nilai berita ( *news value* ) maka berita tersebut tidak berfungsi apa-apa.

Kegiatan komunikasi begitu penting aplikasinya dalam kehidupan sehari hari.Secara aplikatif, komunikasi banyak sekali memiliki bentuk. Saat ini semakin canggihnya teknologi, komunikasi berkembang dan berubah bentuk. Media-media komunikasi sudah semakin maju dan mampu memberikan pelayanan, fungsi-fungsi yang lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi. Salah satu alat komunikasi yang mampu melakukan hal ini adalah komputer. Melalui komputer, kini individu dapat mengakses internet.Internet adalah suatu jaringan yang memungkinkan individu-individu untuk saling berhubungan dan mengadakan kontak melalui komputer.Internet dapat mengatasi hambatan jarak dan waktu yang dahulu dirasakan untuk berkomunikasi.

Alternatif komunikasi masyarakat modern saat ini menyebabkan tuntunan manusia terhadap kebutuhan manusia semakin tinggi.Hal ini turut melahirkan kemajuan yang sangat signifikan dalam bidang teknologi informasi. Peningkatan di bidang teknologi informasi serta komunikasi menyebabkan dunia tidak lagi mengenal bats, jarak, ruang dan waktu. Di masa kini, media sosial terpenting dan memiliki jaringan paling luas adalah internet, yang menghubungkan computer-komputer pribadi paling sederhana sampai kepada komputer super canggih. Layanan internet sangat beragam dan senantiasa berinovasi sesuai kebutuhan masyarakat. Misalnya *e-mail, facebook, twitter, path, instagram* dan *world wide web ( www ), e-banking*, SMS, MMS dan sebagainya. Jaringan internet menjadi media yang tercepat mengalami inovasi, sehingga hampir semua media dan kebutuhan masyarakat dapat dikoneksikan ke dalam jaringan internet ( dunia maya ).

Setiap organisasi, baik itu perusahaan, instansi pemerintahan ,maupun suatu daerah akan membutuhkan tenaga ahli di bidang komunikasi, minimal untuk memberikan informasi kepada publik dan untuk membentuk citra perusahaan, instansi ataupun daerah tersebut. Profesi tersebut dikenal dengan nama Humas (Hubungan Masyarakat) atau *Public Relations*.

Bentuk kegiatan komunikasi yaitu jurnalistik yang merupakan kegiatan mencari fakta dan melaporkan peristiwa melalui pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemprosesan, dan penyebaran informasi.Salah satu bentuk dari ilmu komunikasi lainnya adalah *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas).Tugas seorang *Public Relations* tidak hanya menjadi pemanis bagi suatu perusahaan, tetapi mereka harus sanggup dalam menghadapi masalah-masalah yang ada.Pada garis besarnya aktifitas *Public relations* terbagi menjadi dua bagian yaitu hubungan ke dalam *(internal relations)* dan hubungan ke luar *(eksternal relations).*

Komunikasi juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra atau *image* yang baik terhadap diri pribadi atau personal maupun suatu instansi di mata publik.Salah satu bentuk dari ilmu komunikasi adalah *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas).Tugas seorang *Public Relations* tidak hanya menjadi pemanis bagi citra personal seseorang ataupun suatu perusahaan, tetapi mereka harus sanggup dalam menghadapi masalah-masalah yang ada. Pada garis besarnya aktifitas *Public relations* terbagi menjadi dua bagian yaitu hubungan ke dalam *(internal relations)* dan hubungan ke luar *(eksternal relations).*

Dewasa ini penggunaan jejaring sosial sebagai media interaksi sosial secara online sudah begitu luas dan mendunia.Banyak manfaat yang bisa didapat dengan bergabung dengan jejaring sosial seperti *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Instagram Inc*, yang menawarkan jaringan sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan pengggunanya untuk mengunggah foto mengirim dan membaca pesan yang di sajikan dalam sebuah gambar dengan dibubuhi caption. Foto yang di unggah ke website ini dapat di bubuhi teks sebagai deskripsi dari gambar/foto yang di unggah oleh pengguna .teks ini dapat ditampilkan pada halaman *profile* pengguna. Untuk menjalin pertemanan pada *Instagram* terdapat konten *Follower* dan *Following*.

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**FENOMENA *LIFESTYLE* KOMUNITAS *VAPORIZER* BANDUNG**

**FENOMENOLOGI**

**(ALFRED SCHUTZ)**

**PENGGUNAAN *VAPORIZER***

**NOUMENA**

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

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