

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian merupakan kumpulan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain dan berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Mencari penelitian terdahulu diperlukan untuk menghindari pengulangan penelitian, kesalahan yang sama atau duplikasi dari peneliti sebelumnya. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang peneliti untuk melakukan penelitian terkait tentang pola komunikasi lainnya yaitu:

- 1) Skripsi milik Vildia Amanda Hilman, Mahasiswa Universitas Pasundan, Jurusan Ilmu Komunikasi, Tahun 2012, berjudul Fenomen Akun Instagram Indotravellers.co sebagai Referensi *Travelling* di Media Sosial.
- 2) Skripsi milik Aldi Renaldi, Mahasiswa Universitas Pasundan, Jurusan Ilmu Komunikasi, Tahun 2012, berjudul Fenomena Smartphone sebagai Media Permainan di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

No	1
Judul Penelitian	Fenomena Akun Indotravellers.co sebagai Referensi Travelling di Media Sosial
Nama Peneliti	Vildia Amanda Hilman
Metode Penelitian	Kualitatif
Hasil Penelitian	Informan hendaknya melakukan kegiatan Indotravellers dengan ikut serta dalam membantu mempromosikan wisata Indonesia dan memanfaatkan akun Indotravellers dengan hal-hal yang positif. Hal tersebut mampu memunculkan keuntungan baik bagi informan selaku pelaku kegiatan Indotravellers ataupun pihak lainnya yang terkait.
Perbedaan Penelitian	Penelitian sebelumnya meneliti tentang fenomena akun Indotravellers.co sebagai referensi traveling di media sosial. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah penggunaan akun instagram Makanpakereceh sebagai referensi kuliner di media sosial.
No	2
Judul Penelitian	Fenomena Smartphone sebagai Media Permainan di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan
Nama Peneliti	Aldi Renaldi
Metode Penelitian	Kualitatif

Hasil Penelitian	Penelitian ini membahas tentang motif, tindakan, dan makna para pengguna smartphone yang menggunakan gadgetnya sebagai media permainan.
Perbedaan Penelitian	Penelitian sebelumnya meneliti tentang fenomena smartphone sebagai media permainan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan tentang fenomena akun instagram Makanpakereceh sebagai referensi kuliner di media sosial.

Sumber: Catatan Peneliti 2018

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Akun

Akun atau Account adalah data tentang seseorang, minimal terdiri dari username dan password. Sebagai contoh account itu seperti kalau anda memiliki email, facebook, blogger, atau yang lainnya itulah yang disebut anda memiliki account. Account biasanya digunakan untuk tujuan tertentu misalnya mengirim pesan yang dapat berupa teks atau file gambar, suara, atau video. Lebih jelasnya account digunakan untuk berkomunikasi.

Akun merupakan untuk sebuah profil pribadi dalam dunia media sosial. Para pengguna media sosial harus memiliki akun untuk menggunakan media sosial pilihannya. Akun merupakan username dan password yang diperlukan untuk dapat mengakses fasilitas internet dan lain-lain. Akun adalah ruang

penyimpanan aplikasi atau sistem operasi dengan banyak pengguna (Multiuser), menggunakan ID pengguna atau kata sandi.

2.1.2.2 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram dapat mudah diakses di setiap *smartphone*.

Nama instagram sendiri berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat menggugah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu, Instagram berasal dari instan-telegram.

Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad, atau iPod Touch versi apapun dengan system operasi Ios 3.1.2 atau yang terbaru, dan telepon genggam Android apapun dengan system operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas. Aplikasi ini dapat diunggah melalui *App Store* dan *Google Play*.

2.1.2.3 Akun Instagram Makanpakereceh

Akun Instagram “makanpakereceh” adalah sebuah akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media referensi tempat kuliner yang ada di Kota Bandung. Akun instagram makanpakereceh mengunggah foto-foto makanan serta minuman yang disajikan di restaurant, cafe, maupun pedagang kaki lima yang berada di Bandung. Sesuai dengan namanya, @makanpakereceh berisikan makanan dan minuman yang harganya pas di kantong, khususnya kantong kalangan pelajar dan mahasiswa yang senang dengan apapun yang murah. Akun @makanpakereceh terbentuk pada pertengahan tahun 2014 silam. Kini @makanpakeceh memiliki 168 ribu followers dan 3546 unggahan (per 23 Februari 2018). Setiap unggahannya mendapat sekitar 300-2000 likes.

Informasi yang diberikan adalah menu, harga, rasa, lokasi, keunikan, dan lain-lain. Bukan hanya foto-foto makanan berat yang diunggah, namun makanan ringan, minuman, juga makanan penutup atau dessert pun di share kepada *followers*. Para *followers* akun ini sangat aktif memberikan komentar, terlihat dari banyaknya jumlah komentar yang berisi ajakan (@*mention* ke

teman mereka), testimonial, permintaan rekomendasi, hingga permintaan review kuliner tertentu. Akun ini seringkali dijadikan referensi bagi warga Bandung serta pendatang yang ingin mencicipi kuliner dengan harga terjangkau yang ada di Kota Bandung.

2.1.2.4 Referensi

Kata referensi berasal dari Inggris *reference* dan merupakan kata kerja *to refer* yang artinya menunjukkan kepada buku referensi adalah buku yang dapat memberikan keterangan topic perkataan, tempat, peristiwa, data statistika, pedoman, alamat, nama orang, riwayat orang-orang terkenal. Pelayanan referensi adalah pelayanan dalam menggunakan buku-buku referensi di perpustakaan biasanya buku-buku referensi dikumpulkan tersendiri dan disebut “koleksi referensi” sedangkan ruang tempat penyimpanan disebut ruang referensi.

Referensi juga berarti berpaling atau merujuk kepada suatu untuk bantuan atau informasi. Dengan demikian yang dimaksud dengan layanan referensi adalah tindakan atau perilaku pustakawan secara terorganisir memberikan bantuan jasa kepada pengguna atau mendapatkan informasi, data dengan menggunakan sumber-sumber informasi referensi untuk keperluan studi atau penelitian.

2.1.2.5 Kuliner

Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan. Masakan tersebut berupa lauk pauk, makanan (panganan), dan minuman. Karena setiap daerah memiliki cita rasa tersendiri, maka tak heran jika setiap daerah memiliki tradisi kuliner yang berbeda – beda.

Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan. Karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba enak.

Kota Bandung memiliki segalanya baik dari tujuan wisata, belanja, maupun kuliner. Bandung termasuk kota yang menyajikan berbagai macam jenis kuliner mulai dari kuliner restaurant, cafe, maupun kuliner yang dijual dipinggir jalan. Dilansir dari pinknikyu.com, Sejak 1941, Bandung sudah diposisikan sebagai sentra kuliner nusantara karena memiliki jumlah rumah makan terbanyak di seantero kota di Indonesia. Bandung selalu menjadi trademark dan trendsetter yang cukup menarik hati dengan produk-produk kulinernya.

Beberapa tahun belakangan, setiap akhir pekan atau saat hari libur kota Bandung menjadi sesak oleh para pengunjung dari luarkota yang sengaja datang untuk berwisata ke kota kembang ini, salah satu yang menjadi tujuan wisata adalah keanekaragaman makanan yang tersedia baik makanan khas lokal, maupun makanan ala luar negeri.

Seperti halnya objek-objek wisata lainnya yang memiliki daya tarik tersendiri untuk datang berkunjung, tempat-tempat kuliner pun memiliki magnet yang kuat yang dapat menarik pengunjung terutama dikalangan remaja, yaitu:

- a. Keragaman aktivitas kuliner
- b. Lokasi yang nyaman dan bersih
- c. Desain ruangan (venue) yang unik dan menarik
- d. Menu disajikan dengan menarik
- e. Harga yang terjangkau

Tempat kuliner seperti cafe sering dijadikan sebagai tempat nongkrong bersama teman-teman apalagi yang memiliki fasilitas lengkap seperti desain interior yang unik, harga yang terjangkau, dan memiliki fasilitas free Wi-Fi adalah hal yang dicari. Hal itu sering diincar oleh pengunjung apalagi tempat-tempat yang sedang kekinian kemudian mengunggahnya ke media sosial terutama media sosial instagram.

2.1.2.6 Media Sosial

Media sosial adalah salah satu produk dari kemunculan new media. Di dalam media sosial individu-individu maupun kelompok saling berinteraksi secara online melalui jaringan internet. Semenjak kemunculannya, media sosial tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga dimulai digunakan oleh organisasi atau perusahaan-perusahaan besar maupun kecil untuk melakukan

komunikasi dengan publiknya. Lattimore dalam buku *Public Relations Profesi dan Praktik* berpendapat bahwa:

Media sosial terkadang diidentifikasi dengan Web 2.0, merupakan istilah yang mengacu pada media baru yang menggunakan teknologi dalam menciptakan interaksi, partisipasi, dan kolaborasi terbuka dimana setiap orang mempunyai kesempatan untuk menyuarakan ide, pendapat, dan pengalaman mereka melalui media *online* dalam bentuk kata-kata atau materi visual. (Lattimore, 2010, h.207)

Berdasarkan pendapat di atas, bahwa media sosial digunakan dengan cara memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi. Teknologi yang dimaksud di sini adalah internet. Sifatnya yang terbuka membuat siapa saja bisa masuk di dalamnya.

2.1.2.5.1 Ciri-Ciri Media Sosial

Media sosial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

2.1.2.5.2 Pertumbuhan Media Sosial

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Menurut **Antony Mayfield** dalam bukunya *What Is social Media* mengatakan:

Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerja sama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan

kebutuhan menciptakan personal branding. Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement*, dan *Social Media Activation*. Oleh karena itu, media sosial kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh Digital Agency karena memiliki banyak manfaat. (Mayfield, 2008, h.6)

Media sosial sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia di zaman modern seperti saat ini. Karena memiliki banyak manfaat seperti sebagai sarana aktualisasi diri, kebutuhan menciptakan personal branding, sarana atau aktivitas digital marketing. Selain itu media sosial juga sangat mudah diakses dalam hitungan detik dimanapun dan kapanpun.

2.1.3 Kerangka Teoretis

2.1.3.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu dengan yang lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Tidak ada manusia yang tidak berkomunikasi, karena setiap kegiatan manusia pasti melalui proses komunikasi. Baik itu dengan diri sendiri maupun dengan orang lain, verbal atau non verbal, tatap muka ataupun menggunakan media. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan

adanya komunikasi yang baik antara organisasi dan publiknya, maka akan tercipta saling pengertian.

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin communis yang berarti “sama”, communico, communicatio, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama (communis) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.

Mengapa kita berkomunikasi? Apakah fungsi komunikasi bagi manusia? Pertanyaan ini begitu luas, bisa dilihat dari berbagai sudut pandang, sehingga tidak mudah kita jawab. Para pakar selama ini lebih fasih membahas “Bagaimana berkomunikasi” daripada “Mengapa kita berkomunikasi”. Dari perspektif agama, secara gampang kita bisa menjawab bahwa Tuhan-lah yang mengajari kita berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada kita. Al-Qur’an mengatakan, “Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Qur’an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara” (Ar-Rahman:1-4).

Istilah yang paling sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk merubah perilaku dan tingkah laku komunikan.

Definisi komunikasi menurut Rogers (dalam Cangara) Pengantar Ilmu Komunikasi adalah: Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada

satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Rogers, 2012, h.22)

Komunikasi merupakan proses berpindahnya sebuah ide atau pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk mengubah perilaku penerima sesuai dengan keinginan komunikator.

Definisi itu kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama Kincaid (dalam Cangara) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang menyatakan bahwa:

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. (Rogers, 2012, h.22)

Definisi ini menjelaskan jika tujuan akhir dari komunikasi bukan hanya sekedar merubah perilaku, tetapi lebih jauh lagi menciptakan saling pengertian antara komunikator dan komunikannya. Sehingga tercipta keselarasan antara tujuan komunikator dengan keinginan komunikan.

2.1.3.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak atau komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut pengirim, sumber, *source*,

encoder. Sebagai pelaku 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.

2. Pesan

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau menggunakan media komunikasi. Isinya dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Menurut **Cangara** dalam buku **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 lambing komunikasi berupa suara, mimic, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan. (Cangara, 2006, h.23)

3. Media

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi oleh Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator

kepada khalayak. Ada beberapa faktor pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling didominasi dalam berkomunikasi adalah panca indera manusia seperti mata dan telinga.

Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi Cangara dikatakan bahwa:

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

4. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

5. Efek

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikasi, yaitu kognitif (seorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).

2.1.3.1.2 Fungsi Komunikasi

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

a. Pembentukan Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita yang diperoleh lewat informasi yang orang lain berikan kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga dan orang-orang dekat lainnya yang dekat dengan sekitar kita, termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan *significan others*.

b. Pernyataan Eksistensi Diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut dengan aktualisasi diri atau lebih tepat lagi dengan pernyataan eksistensi diri.

c. Untuk Kelangsungan Hidup

Memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan komunikasi, dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula, kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita

dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.

2. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian atau pun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi *instrument* untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.

4. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum seperti yang dimaksudkan oleh **Mulyana** dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut:

Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat

persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (Mulyana, 2005, h.5)

2.1.3.2 Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai* yang berarti "menapak". Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinkch. Meskipun demikian yang menjadi pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl.

Fenomenologi jika dikaji lagi 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. Kuswarno dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi* mendefinisikan bahwa :

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, 2009, h.2)

John dalam bukunya yang berjudul *Theory of Human Communication* juga menjelaskan:

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

Fenomenologi merupakan realitas sendiri yang tampak, tidak ada selubung yang memisahkan realitas dari kita, namun realitas itu sendiri tampak bagi kita. Kesadaran itu sebenarnya mengarah pada realitas. Kesadaran selalu berarti sadar akan sesuatu. Kesadaran menurut kodratnya bersifat intensionalitas (intensionalitas merupakan unsur hakiki kesadaran). Justru karena kesadaran ditandai oleh intensionalitas, fenomena harus dimengerti sebagai suatu hal yang menampakkan diri. Schutz membuat model tindakan manusia melalui proses yang dinamakan “tindakan”. Tindakan Alfred Schutz menurut Kuswarno dalam bukunya *Fenomenologi*, menjelaskan: Tindakan sejauh ini mengacu pada tindakan manusia dalam berhubungan satu dengan dengan lain dan lingkungannya. (Kuswarno, 2009, h.39)

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 memulai segala sesuatu dengan diam, yaitu sebagai tindakan untuk mengungkap makna dari segala sesuatu yang di teliti. 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 (Kuswarno, 2009, h.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. 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. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia di bentuk 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 di dalamnya. Terdapat dua garis

besar dalam pemikiran fenomenologi, yakni fenomenologi transendental seperti yang digambarkan dalam kerja Husserl dan fenomenologi sosial yang di gambarkan oleh Schutz, dari dua garis besar tersebut (Husserl dan Schutz) terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan studi komunikasi, yakni:

- a. Prinsip yang paling dasar dari fenomenologi yang secara jelas dihubungkan dengan idealisme adalah bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam diri kesadaran individu.
- b. 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.
- c. Kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia dialami dan makna dibangun melalu melalui bahasa. Ketiga dasar fenomenologi ini mempunyai perbedaan derajat signifikansi, bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang akan di bahas.

Edmund Husserl memahami fenomenologi sebagai suatu analisis deskriptif serta introspeksi mengenai kedalaman dari semua bentuk kesadaran dan pengalaman-pengalaman langsung. Perhatian filsafat hendaknya difokuskan pada penyelidikan tentang kehidupan dunia dan kehidupan batiniah. Penyelidikan ini hendaknya menekankan watak intensional

kesadaran, dan tanpa mengandalkan praduga-praduga konseptual dari ilmu-ilmu empiris.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran memberikan gambaran singkat mengenai tahapan penelitian dari tahap awal hingga akhir. Fenomena Akun instagram makanpakereceh dikalangan remaja khususnya Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Bandung merupakan suatu fenomena yang tampak, dimana akun tersebut gencar mempromosikan kuliner menarik maupun tempat nongkrong kekinian yang ada di Bandung. Akun instagram makanpakereceh membantu mengembangkan suatu spot tempat nongkrong yang baru sehingga dengan adanya akun instagram makanpakereceh dapat menggugah keinginan Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Bandung untuk mengunjungi tempat nongkrong yang belum banyak diketahui. Pada akhirnya Fenomena akun instagram makanpakereceh sebagai referensi kuliner di media sosial menjadi sebuah inspirasi dan menjadikan Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Bandung tahu tentang kuliner menarik maupun tempat nongkrong kekinian yang ada di Bandung. Hal tersebut juga menjadi trend dan gaya hidup untuk menunjukkan eksistensi diri seseorang yang nantinya akan dibagikan ke media sosial instagram.

Panduan dasar dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami

dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian fenomenologi adalah sebuah pengalaman yang nyata. Salah satu ilmuwan sosial yang berjasa dalam perkembangan fenomenologi adalah Schutz, menurutnya dalam Fenomenologi karya Kuswarno:

Menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran.
(Kuswarno, 2013, h.17)

Menurut Schutz, manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan makna pun diorganisasi melalui proses ini atau bisa disebut *stock of knowledge*. Pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami proses tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan implisit.

Ketika seseorang melakukan tindakan sosial, menurut Schutz dalam fenomenologi ada fase Motif di sana. Dalam fase motif terbagi dua, yaitu Motif untuk dan Motif sebab. Sesuai dengan Trend mencari referensi kuliner di akun makanpakereceh bahwa ada motif di sana, di mana Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan memiliki alasan dan motif tertentu kenapa ia menggunakan akun instagram makanpakereceh sebagai referensi kuliner di media sosial.

Bagi Schutz dan pemahaman kaum fenomenologi, tugas fenomenologis adalah:

Merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi dan komunikasi. (2013:110)

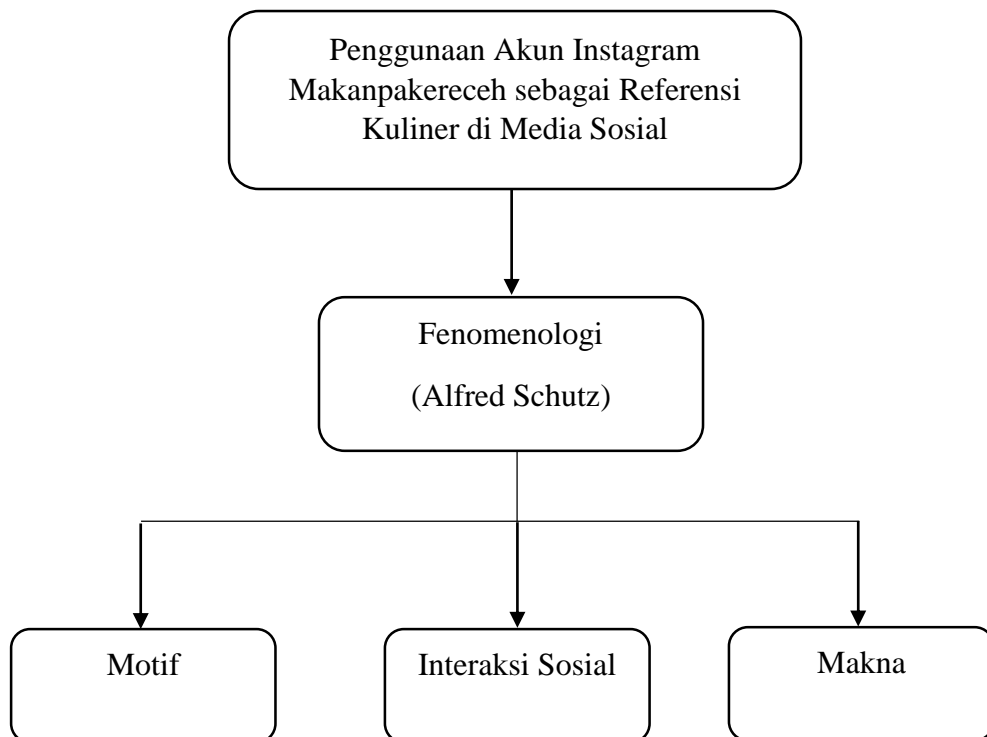
Menurut Schutz bahwa makna subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh actor berupa sebuah kesamaan dan kebersamaan (common and shared) di antara actor. Oleh karena itu sebuah makna subjektif disebut juga makna “Intersubjektif”. Kemudian bahwa ada dua fase yaitu diusulkan Schutz diberi nama tindakan *in-order-to-motive* atau motif masa akan datang dan *because motive* yaitu motif masa lalu.

Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). Dalam fenomenologi, fenomenologi dapat membahas banyak peristiwa, aksi, perilaku, hal yang di luar nalar seseorang, sesuatu yang diluar kesadaran, benda-benda yang dianggap tabu dan dikeramatkan. Sesuai dengan yang diutarakan oleh Schutz

bahwa fenomenologi adalah realitas. Peneliti menyadari bahwa fenomena akun instagram makanpakereceh sebagai referensi kuliner di media sosial merupakan suatu hal yang dialami dan disadari serta merupakan sebuah realitas yang dialami oleh Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Bandung.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan dalam bagan kerangka sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Alfred Schutz, Peneliti, dan Pembimbing 2018