**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Kajian Literatur**

**2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis**

Dalam melakukan penyusunan penelitian ini, peneliti membutuhkan penelitian yang telah ada atau yang sudah dibuat terlebih dahulu sebagi pembanding dengan penelitian sejenis yang akan dilakukan untuk sebagai acuan agar lebih baik kedepannya. Peneliti menemukan beberapa referensi dari jurnal serta website terkait penelitian sejenis, diantaranya:

**Tabel 2.1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nama peneliti** | **Judul Penelitian** | **Hasil penelitian** |
| Rian Pujiawan  Universitas Pasundan  2013 | **Fenomena Game Fifa 17 Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung** | Menggunakan metode Kualitatif.  Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka. |
| Teguh Mulyana  Universitas Pasundan  2013 | **Fenomena Thailook Style Di Kalangan Pencinta Otomotif Kabupaten Bandung** | Menggunakan metode Kualitatif.  Studi fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini menuntun peneliti untuk terjun langsung ke lapangan sebagai salah satu cara yang ampuh dalam pengumpulan data. |
| Reynita Rizki Adella  Universitas Pasundan 2013 | **Fenomena Komunitas Ketimbang Ngemis Bandung** | Menggunakan metode Kualitatif.  Di dalamnya terdapat penjelasan tentang komunikasi organisasi dan teori yang dipakai yaitu teori Alfred Schutz.  Dengan memakai teknik pengumpulan data yaitu studi pustaka, observasi lapangan, wawancara mendalam. |
| Gugi Guntara  Universitas Pasundan  2013 | **Fenomena Ganja Sintetis Pada Kalangan Remaja Di Kota Bandung** | Menggunakan metode Kualitatif.  Studi fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini menuntun peneliti untuk terjun langsung ke lapangan sebagai salah satu cara yang ampuh dalam pengumpulan data. |

* 1. **Kerangka Konseptual**

**2.2.1. Komunikasi**

**2.2.1.1. Definisi Komunikasi**

Pengertian komunikasi diambil dari bahasa latin *communication*, yang bersumber dari istilah *“communis”* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dalam kehidupan sehari-hari selain menjadi makhluk individu, manusia juga sebagai makhluk sosial yang sangat membutuhkan interaksi dengan orang lain. Dari interaksi itulah terjadi komunikasi untuk menyampaikan pesan, saling bertukar informasi dengan orang lain untuk tujuan tertentu.

Ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidispliner, tidak bisa menghindari prespektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks, yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi. Menurut Rogers dan Kincaidyang dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Cangara bahwa Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian”. (2004:19)

Menurut pengertian di atas berarti dapat praktikan tarik beberapa kesimpulan yakni bahwasannya komunikasi adalah proses, komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih, komunikasi adalah pertukaran antara satu sama lain dan komunikasi berujung pada saling pengertian yang semuanya akan saya uraikan dalam sebuah pembahasan singkat dibawah ini.

Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi didalam diri seseorang dan atau diantara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

* + - 1. **Unsur Komunikasi**

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antara manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Arni Muhammad dalam bukunya Komunakasi Organisasi mengatakan unsur komunikasi sebagai berikut :

1. Sumber

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan arti apa yang akan dikirimkan kemudian menyandikan arti tersebut ke dalam suatu pesan. Sesudah itu baru dikirim melalui saluran.

1. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

1. Media

Media atau saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima. Media yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat kita lihat dan kita dengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda-beda. Kita

dapat menggunakan bermacam-macam alat untuk menyampaikan pesan seperti buku, radio, film, televise, surat kabar tetapi saluran pokoknya adalah gelombang suara dan cahaya. Di samping itu kita juga dapat menerima pesan melalui alat indera penciuman, alat pengecap, dan peraba.

1. Penerima Pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

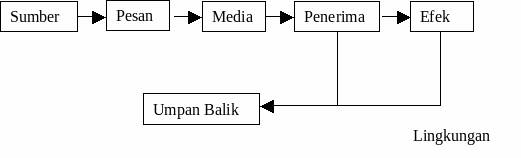
1. Efek

Efek adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Bila arti pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim diinterpretasikan sama oleh si penerima berarti komunikasi tersebut efektif.

Seringkali respons yang diberikan tidak seperti apa yang diharapkan oleh si pengirim karena si penerima pesan kurang tepat dalam menginterpretasikan pesan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor dalam diri si penerima yang mempengaruhi dalam pemberian arti pesan.

**Gambar 2.1**

**Unsur Komunikasi**



**(Sumber dari buku Komunikasi Organisasi, Arni Muhammad (1995:5))**

**2.2.1.3. Proses Komunikasi**

Proses komunikasi menurut Komala ialah dimana proses komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi, menyampaikan pesan mewujudkan mitif komunikasi. (2009:83)

Suprapto mengutip joseph A. Devito mengemukakan bahwa komunikasi adalah transaksi, dengan transaksi di maksudkan bahwa momunikasi merupakan suatu proses di mana komponen–komponennya saling terkait, dan bahwa para komunikatornya beraksi dan beraksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan. (2011:5).

Sehingga dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi merupakan suatu proses berinteraksi dengan maksud dimana komponen–komponennya saling terkait dan para komunikator beraksi dan bereaksi.

Menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik proses komunikasi adalah berlangsungnya penyampain ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan sebagainya dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna dan sebagainya yang mempunyai syarat (1989, h.63-64).

Hasil akhir yang di harapkan dari proses komunikasi yakni supaya tindakan atau pun perubahan sikap penerima sesuai dengan keinginan pengirim. Akan tetapi makna suatu pesan dipengaruhi bagaimana penerima merasakan pesan itu sesuai konteksnya. Oleh sebab itu, tindakan atau perubahan sikap selalu didasarkan atas pesan yang di sarankan. Adanya umpan balik menunjukan bahwa proses komunikasi terjadi dua arah, artinya individu atau kelompok dapat berfungsi sebagai pengirim sekaligus penerima dan masing-masing berinteraksi. Interaksi ini memungkinkan pengirim dapat memantau seberapa baik pesan-pesan yang dikirimkan dapat diterima atau apakah pesan yang disampaikan telah ditafsirkan secara benar sesuai yang diinginkan.

**2.2.1.4. Fungsi Komunikasi**

Menurut Onong Uchyana Effendy, menjelaskan bahwa terdapat 4 fungsi komunikasi, fungsi-fungsi tersebut adalah

1. **To *Inform***

Fungsi Informasi adalah memberikan informasi kepada masyarakat dan memberi tahu kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain serta segala sesuatu yang disampaikan oleh orang lain.

1. **To *Educate***

Fungsi mendidik adalah mengetahui peran komunikasi dalam menyampaikan pengetahuan agar dapat dimengerti, serta memberikan pendidikan bagi yang membutuhkan. Fungsi mendidik yang dimaksud disini adalah memberi pelajaran dan pengertian agar lebih baik dan dapat memberikan pengertian tentang arti pentingnya komunikasi dalam pendidikan

Fungsi pendidikan merupakan fungsi utama dalam kegiatan belajar mengajar dimana didalamnya terdapat interaksi komunikasi yang diinginkan oleh pengajar dan murid pada saat materi pembelajaran disampaikan dalam dialogis yang efektif.

1. **To *Entertain***

Maksudnya adalah dimana sebuah komunikasi interaktif yang dilakukan oleh suatu kelompok orang atau individu dapat menimbulkan sebuah efek menghibur kepada kelompok orang lain yang menyimak pembicaraan atau dialog yang disampaikan melalui sebuah komuunikas interaktif.

1. **To *Influene***

Maksud dari fungsi mempengaruhi adalah setiap individu yang berkomunikasi dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha mengubah sikap tingkah laku komunikan.

**2.2.1.5. Komunikasi Interpersonal**

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

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

Menurut Effendy komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga.

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

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

**2.2.1.6. Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

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

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

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

**2.2.1.7. Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal**

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

1. Komunikasi diadik (*Dyadic communication*)

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

1. Komunikasi triadik (*Tryadic communication*)

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

orang komunikan.

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

**2.2.1.8. Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan, yaitu :

1. Menemukan Diri Sendiri

Menemukan pribadi atau personal merupakan salah satu tujuan dari komunikasi interpersonal. Jika terlibat dalam rendezvous interpersonal dengan orang lain, anda belajar sangat banyak mengenai diri sendiri atau orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan peluang kepada setiap orang buat membicarakan apa nan disukai atau seperti apa diri anda. Mendiskusikan perasaan, tingkah laku, dan pikiran ialah hal nan sangat menarik. Dengan membicarakan diri sendiri dengan orang lain, anda berarti memberi sumber balikan nan hebat pada perasaan, pikiran dan tingkah laku.

1. Menemukan Global Luar

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

1. Membentuk dan Menjaga Interaksi nan Penuh Arti

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

1. Mengubah Sikap dan Tingkah Laku

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

1. Untuk Bermain dan Kesenangan

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

1. Tujuan Komunikasi Interpersonal nan Terakhir ialah Untuk Membantu Para pakar kejiwaan, pakar psikologi, para terapi biasanya memakai komunikasi interpersonal ketiak berhadapan dengan kliennya. Semua orang pun berfungsi membantu orang di sekitarnya dalam hubungan interpersonal sehari-hari, misalnya berkonsultasi dengan teman nan terkena masalah, berkonsultasi tentang pekerjaan, dan lain-lain.
   * 1. ***Public Relations***

**2.2.2.1. Definisi *Public Relations***

*Public Relations* atau Hubungan Masyarakat dapat diartikan sebagai hubungan *Public* atau hubungan antara *Public.* Secara harfiah *Public* adalah sekelompok orang yang mempunyai minat dan kepentingan yang sama pada suatu sekelompok orang yang mempunyai minat dan kepentingan yang sama pada suatu hal, sedangkan *Relations* adalah dalam bentuk jamak yang memiliki arti hubungan-hubungan. Dalam buku Hubungan Masyarakat Prinsip, Kasus dan Masalah karya Moore yang dialih bahasakan oleh Effendy mendefinisikan Humas sebagai berikut:

“Suatu filsafat sosial dari manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaannya beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik” (2000:6)

Definisi menurut Cutlip, Center & Brown yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations****,*** *Public Relations* adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya. (2002:14)

Definisi *Public Relations* atau Humas di atas menyiratkan bahwa Humas merupakan kegiatan terencana yang bertujuan untuk membentuk persepsi atau pemahaman antar berbagai hubungan baik yang bersifat komersial maupun non komersial.

Definisi Public Relations menurut Jefkins dalam buku Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (1992, h.10).

Hasil definisi di atas dapat dilakukan analisis bahwa pada prinsipnya *Public Relations* menekankan pada suatu bentuk komunikasi, karena *Public Relations* merupakan bagian dari komunikasi ini tekanannya pada komunikasi organisasi yang sasaran komunikasinya adalah untuk publik didalam organisasi dan publik diluar organisasi, yang dimana landasan utama dari komunikasi ini adalah adanya saling pengertian diantara keseluruhan publik yang berkepentingan terhadap organisasi/perusahaan tersebut, tetapi tidak terbatas pada saling pengertian saja melainkan juga berbagai macam tujuan khusus lainnya seperti contoh penanggulangan masalah-masalah komunikasi yang memerlukan perubahan tertentu.

Berdasarkan adanya saling pengertian tersebut diharapkan dapat tercapai tujuan yang spesifik yaitu dari kegiatan komunikasi *Public Relations* tercipta suatu kerjasama yang harmonis diantara kedua belah pihak baik dari publik terhadap organisasi atau perusahaan maupun sebaliknya sehingga timbul citra yang positif dan tujuan perusahaan secara keseluruhan tercapai.

*Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan publiknya, usaha untuk memberikan kesan yang menyenangkan sehingga timbul opini publik yang menguntungkan bagi kemajuan perusahaan atau organisasi. Semua itu dapat dilaksanakan oleh *Public Relations* dengan mewujudkan hal-hal yang positif tentang apa yang dilaksanakan dan direncanakan.

*Public Relations* ini mempunyai prinsip yang erat kaitannya dengan kebenaran, kejujuran, serta etika dan kepercayaan. Dari ketiga hal tersebut haruslah selalu dipegang teguh oleh para praktisi *Public Relations* dalam melakukan setiap kegiatannya.

**2.2.2.2. Fungsi *Public Relations***

Fungsi utama *public relations* yaitu menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya secara intern ataupun ekstern. Ruslan dalam bukunya Manajemen *Public Relations* dan Media komunikasi mengutip penjelasan Benny tentang tiga fungsi utama sebagai berikut:

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Melaksanakan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berupaya untuk mengintergrasikan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya (2006, h.19).

Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek tentang fungsi *Public Relations* sebagai berikut:

1. Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya.
2. Menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul.
3. Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum (1999, h.134-135).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa seorang public relations berfungsi sebagai alat untuk mengupayakan yang terencana dan terorganisasi dari sebuah perusahaan atau intansi, agar terciptanya hubungan yang harmonis dengan publiknya baik secara internal ataupun eksternal.

**2.2.2.3. Tujuan *Public Relations***

Tujuan utama *Public Relations* yaitu menjaga dan meningkatkan citra baik sebuah perusahaan atau instansi terhadap publik. Dari tugas *Public Relations* yang dijalankan pada umumnya mempunyai tujuan yang diinginkan sesuai dengan rencana awal, artinya dengan tujuan yang diinginkan senantiasa tepat sasaran. Maka seorang *Public Relations* tidak terlepas dari suatu perencanaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai agar maksimal dan tepat sasaran.

Menurut Jefkins dalam bukunya *Public Relations*tujuan humas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra umum dimata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan yang baru dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan atau organisasi kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar baru.
3. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan atau organisasi dengan khalayaknya sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian atau salah paham di kalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan atau organisasi.
4. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktifitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan atau organisasi dalam kehidupan social sehari-hari. (2003: 84)

Tujuan *Public Relations* di atas dapat disimpulkan bahwa pada hakikatnya seorang *Public Relations* dituntut untuk lebih professional dan tidak terlepas dari tujuan utamanya yaitu menjaga dan meningkatkan citra yang baik terhadap khalayak. Seorang *Public Relations* harus memiliki prioritas yang ingin dicapai dalam waktu jangka pendek dan jangka panjang. Hal ini penting agar tujuan yang ingin dicapai memberikan hasil yang optimal dan efisien.

**2.2.2.4. Eksternal dan Internal *Public Relations***

Kegiatan *Public Relations* itu dibagi menjadi dua, yaitu kegiatan-kegiatan yang ditujukan keluar yang disebut dengan Eksternal *Public relations* dan kegiatan yang ditujukan kedalam disebut dengan Internal *Public Relations.*

Publik eksternal adalah suatu kegiatan yang diarahkan kepada khalayak diluar perusahaan yang bertujuan untuk memperketat hubungan dengan orang-orang diluar perusahaan. Bagi suatu perusahaan, hubungan dengan publik diluar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. Sesuai dengan sifatnya, dalam masyarakat modern tidak akan ada kemungkinan bagi seseorang atau suatu badan bisa hidup menyendiri. Masing-masing akan saling membutuhkan satu sama lain. Hubungan keluar perlu dibina oleh perusahaan atau instansi seperti pemerintah, pelanggan, pers/media termasuk kepada masyarakat sekitar.

Menurut Elvinaro dan Soemirat dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations* mengatakan bahwa *Public Eksternal* adalah Publik yang berada diluar organisasi dan secara organik tidak berkaitan langsung dengan Perusahaan. (2002:15)

Ruang lingkup dalam *public relations* secara eksternal, maka harus menggunakan komunikasi secara eksternal pula. Fungsi seorang *Public Relations* disini berfungsi sebagai penjalin hubungan dengan publik atau masyarakat diluar organisasi dalam kegiatan-kegiatan tertentu, dan hal ini dapat disebut dengan Humas Eksternal. Sedangkan Publik Internal adalah hubungan dengan publik yang berada di dalam organisasi atau perusahaan. Publik internal sasaran humas terdiri atas orang-orang yang bergiat didalam organisasi, perusahaan atau instansi yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu. Apapun jenis organisasi, salah satu publik internnya adalah karyawan, karena suatu organisasi tidak mungkin tanpa karyawan, sebab merekalah yang menggerakkan atau menghidupkan organisasi. Maka dari itu hubungan dengan publik internal harus benar-benar dijaga dengan baik, agar semangat kerja karyawan dapat terjaga dengan baik dan dapat meningkatkan kegairahan bekerja para karyawan.

Menurut Elvinaro dan Soemirat dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations* mengatakan *Public Internal* adalah masyarakat yang berada di dalam organisasi dan melakukan aktivitas dalam organisasi yang berhubungan dengan kelangsungan hidup organisasi. (2002:15)

Dapat disimpulkan bahwa fungsi utama *Public Relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan perusahaan atau organisasi dengan publiknya, baik secara publik eksternal dan internal dalam upaya menciptakan *good will*, kepercayaan dan kerjasama yang harmonis.

Dengan demikian komunikasi ini akan menghubungkan suatu perusahaan atau organisasi dengan lingkungannya, seperti pers, institusi pemerintah, masyarakat umum dan lain-lain.

**2.3. Kerangka Teoritis**

**2.3.1. Teori Fenomenologi**

Fenomenologi menekankan bahwa masyarakat merupakan informan yang terpenting dalam mencari fakta-fakta dan bukti-bukti yang akurat. Penelitian fenomenologi menekankan subjektif dan perilaku seseorang. Adapun ahli yang berpendapat mengenai fenomenologi sebagai berikut:

Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkntruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita melalui dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). (Kuswarno, 2009, h.2)

Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersikap intersubyektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tetang suatu konsep atau gejala. Natanson menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokuss untuk memahami tindakan sosial.

Maka fenomenologi menjadikan pengalaman sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi (*phenomenology)* dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa ingin tahu. Objeknya berupa gejala atau kejadian yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*concius experience).*

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala *(phenomenom)* yang bentuk jamaknya adalah *phenomena* merupakan istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelaahan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang.

**2.3.1.2. Fenomenologi Edmund Husserl**

Husserl adalah pendiri dan tokoh utama dari aliran filsafat fenomenologi. Bagi Husserl fenomenologi adalah ilmu yang fundamental dalam berfilsafat. Seperti telah disebutkan sebelumnya dalam sejarah fenomenologi , pemikirannya banyak dipengaruhi oleh Frans Brentano, terutama pemikirannya tentang kesengajaan”. Bagi Husserl fenomenologi adalah ilmu yang fundamental dalam berfilsafat.

Menurut **Husserl** yang dikutip oleh **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi** menyatakan bahwa :

“Fenomenologi tidak saja mengklarifikasi setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya” (Kuswarno, 2009, h.10)

Adapun pokok-pokok pikiran Husserl mengenai fenomenologi, adalah sebagai berikut :

1.Fenomena adalah realitas sendiri (*realitas in se*) yang tampak

2.Tidak ada batas antara subjek dengan realitas

3.Kesadaran bersifat intensional

4.Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (*noesis*) dengan objek yang disadari (*noema*)

Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya. Oleh karena itu, tidak salah apabila fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, dimana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya.

**2.3.1.3. Fenomenologi Max Weber**

Fenomenologi yang menekankan keunikan spirit manusia, membutuhkan metode khusus untuk dapat dipahami secara otentik, khususnya dalam rangka memahami makna tindakan manusia. Weber mengemukakan metode verstehen yang mengarah pada suatu tindakan bermotif demi tujuan yang hendak dicapai atau in order motive, sebagai salah satu metode untuk memahami motif dan makna dibalik tindakan manusia. Dengan begitu tindakan individu dilihat sebagai tindakan subjektif yang merujuk pada suatu motif tujuan, yang sebelumnya mengalami proses intersubjektif berupa hubungan interaksi face to face antar person yang bersifat unik.

Tindakan rasional yang demikian ini adalah tindakan yang bertujuan atas dasar rasionalitas nilai yang berlaku (afektual), atau tindakan yang terkait dengan kemampuan intelektual dan emosi, serta berdasarkan pemahaman makna subjektif dari pelaku itu sendiri.

Weber meyakini bahwa empati, simpati, intuisi, da intensionalitas merupakan hal yang esensial untuk dipahami. Kemudian mengembangkan tekbik intuitif yang melibatkan bentuk identifikasi terhadap aktor, dengan partisipasi simpatis terhadap emosi mereka. Sebagaimana yang diamini oleh Schutz, dunia sosial bagi Weber adalah dunia arti yang intersubjektif, dan dunia tempat terjadinya interaksi makna dan simbol diantara manusia. Tugas fenomenologi untuk melampaui pandangan aktor, sehingga drama permainan hidup dari aktor tersebut dapat dipahami dengan baik.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

**2.4.1 Sejarah Fenomenologi**

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff.Sesudah itu, filosof Immanuel Kant memulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Fitchte dan G.W.F. Hedel.Pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif.Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai ‘kesengajaan’.

Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum.Karena pada abad inilah, pembahasan filsafat modern dimulai.Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pengindraan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman.Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Di sisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia (rasio). Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akallah yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah.Menurut aliran ini, pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengkuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal.Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Kant** yang di kutip oleh **Kuswarno** dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi**menyebutkan bahwa fenomena adalah: “Sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya” (2009, h.4).

Jadi dapat kita simpulkan bahwa Immanuel Kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pemahasan filsafat, terutama pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun (abad ke 18 dan 19).

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilih unsur mana yang berasal dari pengalaman (phenomena) dan mana yang terdapat dalam akal (*noumena* atau *the thing in the self*).Fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat Eropa sepanjang abad ke-20.

Setelah itu kemudian muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakkan dasar fenomenologi lebih tegas lagi.Dalam tulisannya yang berjudul *Psychology from an Emprical Standpoint* (1874). **Bretano** mendefinisikan fenomena sebagai sesuatu yang terjadi dalam pikiran. Sedangkan fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar. Kemudian ia membedakan antara fenomena mental dengan fenomena fisik (objek atau persepsi eksternal yang dimulai dari warna dan bentuk). Jadi bagi Bretano, fenomena fisik ada karena ‘kesengajaan’, dalam tindakan sadar (*intentional in existence*).

Menurut **Bretano** yang dikutip oleh **Kuswarno** dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi**, pengertian fenomenologi adalah: “Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam ‘kesadaran’ kita, baik dalam bentuk persepsi, khayalan, keinginan atau pikiran” (2009, h.5)

Bila kita bandingkan dengan pemikiran sebelumnya yang diungkapkan oleh Immanuel Kant, pengertian tentang fenomenologi yang diungkapkan oleh Bretano ini lebih luas. Pengertian fenomenologi ini juga yang mengantarkan pada sebuah fenomenologi yang lebih hakiki.

Bretano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis.Psikologi geneti mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan fenomenologi deskriptif mendefinisikan dan mengklasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk di antaranya persepsi, pendapat dan emosi.Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu berhbungan dengan objek tertentu.Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Bretano dengan feneomenologi tahun 1889.

Pada masa berikutnya, selain **Bretano** dan **William James** dengan ***Principle of Psychology* (1891),** berkembang pula teori semantic atau logika dari **Bernard Bolzano** dan **Edmund Husserl** (logika modern), termasuk **Gottlob Frege**.

**Husserl** melalui tulisannya yang berjudul ***Logical Investigations*** menggabungkan antar psikologi deskriptif dengan logika. Pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa Husserl terinspirasi oleh pemikiran Bolzano mengenai logika idela dan psikologi deskriptif.

Menurut **Husserl** yang dikutip oleh **Engkus** dalam bukunya **Fenomenologi** menjelaskan bahwa:

Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja (*intentional objects*) dan tindakan sadar subjektif.Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang terhubung dengannya. (2009, h.6).

Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan noesis dan sedangkan istilah noema untuk isi dari kesadaran itu. Noema dari tindakan sadar disebut Husserl sebagai makna ideal dan objek sebagaimana tampak. Fenomena (objek sebagaimana tampak) adalah noema. Husserl ini menjadi dasar dari teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan (apakah noema salah satu aspek dari objek ataukah media dari tujuan).

Singkatnya, fenomenologi Husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika.Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika.

Dari beberapa perkembangan serta berbagai pendapat mengenai fenomenologi, ini menjadikan fenomenologi menjadi semakin berkembang, yang kemudian banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi dalam ranah filsafat.Pada umumnya pembahasan filosfis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontologi, epistemology, etika dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

1. **Fenomenologi dan Ontologi**

Ditinjau dari ontology, fenomenologi mempelajari sifat-sifat alami kesadaran seacra ontologis, fenomenologi akan dibawa ke dalam permasalahan mendasar jiwa dan raga (*traditional mind-body problem*). Sebagai pengembangan pembahasan ontology, fenomenologi Husserl kemudian mencoba membuat teori pengandaian mengenai ‘keseluruhan dan bagiannya’ (*universals and particulars*), hubungan keseluruhan dan bagiannya dan teori tentang makna ideal.

1. **Fenomenologi fan Epistomologi**

Berkenaan dengan epistomologi yang bertugas untuk membantu kita dalam menemukan pengetahuan, fenomenologi terutama membantu dalam mendefinisikan fenomena.Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomenalah pengetahuan itu berada. Di sisi yang lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaran dan jenis-jenis Husserl sebagai epistomologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk mencapai kebenaran dan pengetahuan.

1. **Fenomenologi dan Logika**

Seperti yang diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai maknalah yang membawa Husserl kepada ‘teori kesengajaan’, yang menjadi jantung fenomenologi.Dalam penjelasannya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantic dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat pada teori logika.Sementara itu, logika yang terstruktur dapat ditemukan pada bahasa, baik bahasa sehari-hari maupun dalam bentuk symbol-simbol, seperti logika predikat, matematika dan bahasa computer.

1. **Fenomenologi dan Etika**

Fenomenologi mungkin saja memainkan peran penting dalam bidang etika dengan menawarkan analisis terhadap kehendak, penilaian, kebahagiaan dan perhatian terhadap orang lain (dalam bentuk simpati dan empati). Apabila menelaah sejarah fenomenologi, akan kita temukan bahwa etika menjadi tujuan akhir fenomenologi.

**2.4.2 Fenomenologi Alfred Schutz**

Schutz dengan aneka lata 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 fenomenlogi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodelogi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. *Pertama*, karena melalui Schutz-lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gambling dan mudah dipahami.*Kedua*, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (*human of action*) dengan tiga dalil, yaitu:

1. ***The Postulate of Logical Consistency* (Dalil Konsistensi Logis)**

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan lenyataan kehidupan sehari-hari.Apakah bisa dipertanggung jawabkan ataukah tidak.

1. ***The Postulate of Subjective Interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)**

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata.Maksudny peneliti mesti memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

1. ***The Postulate of Adequacy* (Dalil Kecukupan)**

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk memberuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosialnya 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 di sekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologisnya di dalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran.Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

Dalam pandangan Schutz memang ada berbagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan.Tetapi, realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif yang disebutnya sebagai *the life world*.

Ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya).Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga*,* daam 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 perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam *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 *useful knowledge*.*Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada *content* (isi), *meaning* (makna), *intencity* (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.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektif dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

1. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui oleh semua orang.
2. Ilmu pengetahuan yang intersubyektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial.
3. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubyektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Ada beberapa tipifikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubyektivitas, antara lain:

1. **Tipifikasi Pengalaman**

Semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum.

1. **Tipifikasi Benda-benda**

Merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai ‘sesuatu yang mewakili sesuatu’.

1. **Tipifikasi Dalam Kehidupan**

Yang dimaksudkan sosiolog sebagai *system, role status, role expectation* dan *institutionalization* itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial.

Schutz mengidentifikasikan empat realitas sosial, di mana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkan determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *unwelt*, *mitwelt, folgewelt* dan *vorwelt*.

1. ***Unwelt***, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
2. ***Mitwelt***, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian.
3. ***Folgewelt***, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang.
4. ***Vorwelt***, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Schutz juga mengatakan untuk meneliti fenomena sosial, sebaiknya peneliti merujuk pada empat tipe ideal yang terkait dengan interaksi sosial. Karena interaksi sosial sebenarnya berasal dari hasil pemikiran diri pribadi yang berhubungan dengan orang lain atau lingkungan.

Untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini:

1. *The Eyewitness* (Saksi Mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut.

2. *The Inside* (Orang Dalam), yaitu seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagi system yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai ‘benar’ atau sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam diri saya.

3. *The Analyst* (Analis), yaoti seseorang yang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.

4. *The Commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi sosial, yaitu:

a. *Pertama*, perhatian terhadap aktor.

b. *Kedua*, perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (*natural attitude*).

c. *Ketiga*, memusatkan perhatian kepada masalah mikro.

d. *Keempat*, memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya. Sebagai aliran filsafat, objek fenomenologi tidak dibatasi dalam satu bidang kajian data. Tujuannya adalah untuk mencari pemahaman hakiki sehingga diperlukan pembahasan yang mendalam.

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yakni sebagai tindakan untuk mengungkap makna sesuatu yang diteliti. **Kuswarno** dalam buku 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 itu sendiri. Fenomenologi juga tidak diawali serta tidak bertujuan untuk menguji sebuah teori. (Kuswarno, 2009, h.35)

Pendapat tersebut cukup memberi gambaran bahwa fenomenologi berusaha mendalami pemahaman informan terhadap fenomena yang muncul sesuai kesadarannya. Artinya oleh kaum fenomenologis menekankan aspek subjektif perilaku manusia yang dilakukan secara sadar. Dengan demikian fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang ditelitinya. Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa, sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksi makna dan kosep-konsep penting dalam kerangka “intersubjektif”.

Para perilaku tindakan sosial oleh **Schutz** dinamakan sebagai “aktor” memiliki makna subjektif terhadap tindakan sosial yang dilakukannya. Namun **Schutz** berpendapat, makna subjektif tersebut bukan ada di dunia privat, personal atau individual. Hal ini di perjelas oleh **Schutz** yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya **Kuswarno**, adalah sebagai berikut :

Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” (common and share) diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”. (Kuswarno, 2013, h.110)

Penelitian fenomenologi pada dasarnya berprinsip *a priori*, sehingga tidak diawali dan didasari oleh teori tertentu. Penelitian fenomenologi justru berangkat dari perspektif filsafat, mengenai ‘apa’ yang diamati, dan bagaimana cara mengamatinya. Adapun premis-premis dasar yang digunakan dalam penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut :

1. Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung.
2. Pemahaman objektif dimediasi oleh pengalaman subjektif.
3. Pengalaman manusia terdapat dalam stuktur pengalaman itu sendiri. Tidak di kontruksi oleh peneliti. (Kuswarno, 2009, h.58)

Memahami metode fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari ***Alfred Schutz***. Walaupun pelopor fenomenologi adalah ***Edmund Husserl***, Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, melalui Schutz lah pemikiran-pemikiran Husserl yang dirasakan abstrak pada masa itu dapat dimengerti.

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

**Schutz** memiliki pandangan bahwa manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama.

Bila dikaitkan dengan fenomenologi maka peneliti mencoba mengungkapkan teori diatas bahwa fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas sosial, tentang studi fenomenologi mengenai Fenomena Hijabers Vaporizer Di Kota Bandung . Dari penjelasan diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran**

**Fenomena Hijabers Vaporizer Di Kota Bandung**

**Fenomenologi**

**Alfred Schutz (1899-1959)**

**FENOMENA**

**Makna**

**Motif**

**Interaksi**

(Sumber : Teori Fenomenologi Alfred Schutz 1949, dan Modifikasi Peneliti Tahun 2018)

)

**Pengalaman *Hijabers* *Vaporizer* di Kota Bandung**

**Motif *Hijabers Vaporizer* di Kota Bandung**

**Makna *Hijabers Vaporizer* di Kota Bandung**