

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1 Kajian Literatur

1.1.1 Review Penelitian Sejenis

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan, peneliti juga mengambil berbagai sumber sebagai referensi. Mulai dari buku, jurnal hingga website. Beberapa acuan dari peneliti-peneliti terdahulu sebagai referensi bahan kajian dalam menyusun penelitian ini, antara lain :

- 1) Sheldy Rahayu Pratama, 132050147 Universitas Pasundan, judul penelitian Fenomena motovlog di youtube pada kalangan mahasiswa fisip unpas. Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori fenomenologi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui motif para mahasiswa menjadi *motovlog*, tindakan mahasiswa yang menjadi *motovlog* dan makna para mahasiswa menjadi motovlog. Tentu saja para *motovlog* mempunyai maksud dan tujuan yang berbeda-beda untuk memberikan informasi kepada masyarakat Hasil dari penelitian motovlog bisa disebut sebuah video dokumentasi jurnalistik yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan semacam televisi sederhana. Namun *motovlog* beda dengan *blog* biasanya karena *motovlogger* harus bisa berbicara dengan baik dan dapat dimengerti oleh para penontonnya melalui kamera dan membuat video itu menarik buat banyak orang, akan tetapi dalam pembuatannya para pengendara harus tetap menjaga keselamatannya

- 2) Giri Hartomo, 122050243 Universitas Pasundan, judul penelitian Fenomena *Vlogg* di youtube pada kalangan mahasiswa fisip unpas. Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang unsur fenomena dan noumena yang terjadi pada pengguna *vlogg*. Motif, Proses komunikasi dan perilaku vlogger menjadi unsur fenomena yang dibahas dalam penelitian ini, sedangkan unsur noumena yang dibahas adalah kepuasan diri, gaya hidup dan eksistensi. Penelitian kualitatif ini menggunakan teori fenomenologi serta konstruksi sosial. Teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan, observasi lapangan, dan wawancara mendalam dengan partisipan atau informan sebanyak delapan orang pengguna *vlogg*. Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menemukan unsur fenomena dalam bentuk tindakan individu. Pemilihan *vlogg* sebagai media publikasi merupakan hasil dari proses komunikasi yang terjadi dan faktor teknologi yang mendukung untuk mengakses internet dan juga bermunculannya kamera-kamera canggih setiap harinya sehingga mempengaruhi tindakannya. Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan kepada para *vlogger* yaitu agar lebih memperhatikan bahwa sesuatu itu hendaknya di posisikan sesuai porsinya dan tidak berlebihan. Jangan sampai menjadi mahluk yang antisocial. Meski memiliki banyak teman baru nantinya jangan sampai melupakan teman-teman yang lama.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Sheldy Rahayu Pratama, 132050147 Fenomena motovlog di youtube pada kalangan mahasiswa fisip unpas.
Teori Penelitian	Teori Fenomenologi
Metode Penelitian	Kualitatif
Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif para mahasiswa menjadi motovlog, tindakan para mahasiswa yang menjadi motovlog dan makna para mahasiswa menjadi motovlog. Tentu saja semua para motovlog mempunyai maksud dan tujuan yang berbeda-beda untuk memberikan informasi kepada masyarakat.
Hasil penelitian	Motovlogg bisa disebut sebuah video dokumentasi jurnalistik yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan semacam televise versi sederhana. Namun Motovlogg beda dengan blog biasanya karena motovlogger diharuskan bisa berbicara dengan baik dan dapat di mengerti oleh para penontonnya melalui kamera dan

	membuat video itu menarik buat banyak orang. Akan tetapi dalam pembuatannya para pengendara harus memperhatikan juga keselamatan dirinya.
Nama dan Judul Penelitian	Giri Hartomo, 122050243 Fenomena Vlogg di youtube pada kalangan mahasiswa fisip unpas
Teori Penelitian	Teori Fenomenologi
Metode Penelitian	Kualitatif
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang unsur fenomena dan noumena yang terjadi pada pengguna vlogg. Motif, Proses komunikasi dan perilaku vlogger menjadi unsur fenomena yang dibahas dalam penelitian ini, sedangkan unsur noumena yang dibahas adalah kepuasan diri, gaya hidup dan eksistensi. Penelitian kualitatif ini menggunakan teori fenomenologi serta konstruksi sosial.
	Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menemukan unsur fenomena dalam bentuk tindakan individu. Pemilihan vlogg sebagai media

Hasil penelitian	publikasi merupakan hasil dari proses komunikasi yang terjadi dan faktor teknologi yang mendukung untuk mengakses internet dan juga bermunculannya kamera-kamera canggih setiap harinya sehingga mempengaruhi tindakannya. Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan kepada para vlogger yaitu agar lebih memperhatikan bahwa sesuatu itu hendaknya di posisikan sesuai porsinya dan tidak berlebihan. Jangan sampai menjadi mahluk yang anti sosial. Meski memiliki banyak teman baru nantinya jangan sampai melupakan teman-teman yang lama.
------------------	---

Sumber: Modifikasi Peneliti, 2018

Pada penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan. Penelitian terdahulu secara dominan menggunakan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz. seperti pada penelitian Sheldy Rahayu Pratama dan Giri Hartomo

Perbedaan penelitian peneliti dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti terdahulu memfokuskan penelitian hanya pada satu konten di Youtube yaitu mengenai *Motovlogg* dan *Vlogg*. Sedangkan peneliti membahas tentang

penggunaan Youtube sebagai media ekspresi, metode yang digunakan peneliti terdahulu sama dengan peneliti yaitu metode kualitatif, teori yang peneliti gunakan teori fenomenologi Alfred Schutz. Persamaan lain dengan peneliti terdahulu yaitu objek penelitian mengenai Youtube sebagai media ekspresi.

1.1.2 Kerangka Konseptual

1.1.2.1 Pengertian Komunikasi

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

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

Meskipun komunikasi menyangkut perilaku manusia, tidak semua perilaku manusia itu adalah komunikasi. Menurut **Pace** dan **Faules** perbedaan tersebut sederhana tetapi rumit sebagai contoh apakah bernyanyi sendirian di kamar mandi

itu merupakan komunikasi. Akan tetapi sebenarnya jawaban atas pertanyaan tersebut kembali lagi dengan bagaimana kita mendefinisikan komunikasi.

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

Komunikasi pada dasarnya bersifat instrumental dan persuasif, kita berkomunikasi untuk mengajak baik itu orang lain dan sebenarnya bisa juga berkomunikasi dengan diri sendiri. Kita akan berusaha mempertimbangkan apa tindakan yang akan dilakukan, hal tersebut juga disebut sebuah komunikasi.

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

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

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

Komunikasi memiliki banyak versi dari segi definisi. Kemudian, menurut **Rogers dan Kincaid** pada 1981 dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Cangarabahwa**:

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

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

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

Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu berkaitan dan berhubungan dengan orang-orang disekitarnya demi memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Hubungan tersebut tentu akan terjalin apabila terdapat komunikasi didalamnya. Komunikasi memiliki peran yang sangat penting di dalam sebuah kehidupan. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian sebuah informasi (pesan, ide-ide dan juga gagasan) dari pihak satu ke pihak yang lainnya. Dalam komunikasi harus terdapat komunikator sebagai penyampai pesan, pesan yang akan disampaikan,

media yang digunakan sebagai alat penyampaian pesan dan tentu saja harus ada komunikan sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi yang efektif akan menimbulkan timbal balik antara komunikator dan juga komunikan. Singkatnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan (Effendy, 2003:28).

Komunikasi menurut Rogers dan D. Lawrance Kincaid yang dikutip Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi berpendapat bahwa: Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (1998: 20).

1.1.2.2 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 perilaku utama dalam proses komunikasi. Komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Oleh karena itu, seseorang 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 sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda.

Menurut Cangara dalam Pengantar Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut:

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambing komunikasi berupa

suara, mimic, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan (2006: 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 pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling didominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia seperti mata dan telinga.

Dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Cangara** dikatakan bahwa:

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

4. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah pihak yang nantinya akan menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator. Kemudian sebagai elemen yang penting dalam proses komunikasi karena komunikan yang menjadi sasaran dari komunikasi

5. Efek

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

6. Feedback (Tanggapan Balik)

Feedback adalah *output* yang dihasilkan berupa tanggapan atau respon berupa hasil pengaruh pesan (*message* yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan). Antara komunikator dan komunikan dalam jalinan komunikasi, komunikator mengkehendaki memperoleh *feedback* positif, negatif, atau netral.

1.1.2.3 Fungsi Komunikasi

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

- 1) Menginformasikan (*to inform*)
Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
- 2) Mendidik (*to educate*)
Fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
- 3) Menghibur (*to entertain*)
Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberikan hiburan atau menghibur orang lain.
- 4) Mempengaruhi (*to influence*)
Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

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

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

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
Mengubah sikap maksudnya adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
2. Mengubah opini / pendapat / pandangan (*to change the opinion*)
Mengubah opini, dimaksudkan pada diri komunikan terjadi adanya perubahan opini / pendapat / pandangan mengenai suatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)
Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator. (1993: 55).

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

2.1.2.5 Proses Komunikasi

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

1. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan perasaan kepada seseorang atau orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambing atau simbol berupa bahasa, syarat, gambar, warna, dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang paling mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Berkat kemampuan bahasa, maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak ditampilkan oleh **Aristoteles**, **Plato**, dan **Socrates**, dapat menjadi manusia yang beradap dan berbudaya, dan dapat memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun, *decade*, bahkan abad yang akan datang. Media primer atau lambing yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Komunikasi

- berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan.
2. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai lambing sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

2.1.2.6 Pengertian Situs Web

Situs web (bahasa Inggris: *website*) adalah suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi. Sebuah

situs web biasanya ditempatkan setidaknya pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan seperti Internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN) melalui alamat Internet yang dikenali sebagai URL. Gabungan atas semua situs yang dapat diakses publik di Internet disebut pula sebagai World Wide Web atau lebih dikenal dengan singkatan WWW.

Meskipun setidaknya halaman beranda situs Internet umumnya dapat diakses publik secara bebas, pada praktiknya tidak semua situs memberikan kebebasan bagi publik untuk mengaksesnya, beberapa situs web mewajibkan pengunjung untuk melakukan pendaftaran sebagai anggota, atau bahkan meminta pembayaran untuk dapat menjadi anggota untuk dapat mengakses isi yang terdapat dalam situs web tersebut, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surel (*e-mail*), dan lain-lain. Pembatasan-pembatasan ini umumnya dilakukan karena alasan keamanan, menghormati *privasi*, atau karena tujuan komersial tertentu. Sebuah halaman web merupakan berkas yang ditulis sebagai berkas teks biasa (*plain text*) yang diatur dan dikombinasikan sedemikian rupa dengan instruksi-instruksi berbasis HTML atau XHTML, kadang-kadang pula disisipi dengan sekelumit bahasa skrip. Berkas tersebut kemudian diterjemahkan oleh peramban web dan ditampilkan seperti layaknya sebuah halaman pada monitor komputer. Halaman-halaman web tersebut diakses oleh pengguna melalui protokol komunikasi jaringan yang disebut sebagai HTTP, sebagai tambahan untuk meningkatkan aspek keamanan dan aspek privasi yang lebih baik, situs web dapat pula mengimplementasikan mekanisme pengaksesan melalui protokol HTTPS.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Fenomenologi Alfred Schutz

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan musik dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

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

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

1. ***The postulate of logical consistency (Dalil Konsistensi Logis)***

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis

bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari.

Apakah bisa dipertanggung jawabkan atau tidak.

2. *The postulate of logical subjective interpretation (Dalil Interpretasi*

Subyektif)

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

3. *The postulate of logical subjective interpretation (Dalil Interpretasi*

Subyektif)

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

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosialnya telah mengawinkan fenomenologi transedental-nya Husserl dengan konsep *verstehen* yang merupakan buah pemikiran Weber.

Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transedental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji 'sesuatu yang muncul' mengkaji fenomena yang terjadi di sekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologinya didalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai hal mendasar dari konsep ilmu pengetahuan serta berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

Dalam buku kuswarno yang berjudul fenomenologi (Fenomena Pengemis di Kota Bandung) terdapat inti pemikiran dari Alfred Schutz, yaitu:

Tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberikan arti atau makna tertentu dengan berbagai alasan terhadap tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti. (2009:18)

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

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman diri sendiri. Kelima, dunia intersubjektif 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), *intensity* (intensitas) dan *duration* (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (*science*), khususnya ilmu sosial.

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

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?
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 tipikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan

intersubyektivitas, antara lain:

1. Tipifikasi pengalaman (semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai obyek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum).
2. Tipifikasi benda-benda (merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu).
3. Tipifikasi dalam kehidupan sosial (yang dimaksud sosiolog sebagai *system*, *role status*, *role expectation* dan *institutionalization* itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Schutz mengidentifikasi empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *umwelt*, *mitwelt*, *folgewelt* dan *vorwelt*.

1. *Umwelt*, merujuk pada 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.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Fenomenologi

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini. Fenomenologi menganalisis gejala-gejala yang berkaitan dengan realitas sosial dan bagaimana bentuk-bentuk tertentu dari pengetahuan memberikan kontribusi kepada keadaan tersebut

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.

Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berfikir, yang memperajari fenomena manusiawi (*Human Phenomena*), tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya dan penampakkannya. Fenomenologi tidak beranjak dari kebenaran fenomena seperti yang tampak apa adanya, namun sangat meyakini bahwa fenomena yang tampak itu adalah objek yang penuh dengan makna transdental. Untuk mendapatkan hakikat kebenaran maka harus menerobos melampaui fenomena yang tampak itu. Seperti yang diungkapkan **Leeuw** dalam bukunya **Muslih yang Filsafat Ilmu**, mengenai fenomenologi sebagai berikut:

Fenomenologi pada prinsipnya adalah mencari atau mengamati fenomena sebagaimana yang tampak, yaitu: (1) sesuatu itu berwujud, (2) sesuatu itu tampak, dan (3) karena sesuatu itu tampak dengan tepat maka ia merupakan fenomena. Penampakan itu menunjukkan kesamaan antara yang tampak dengan yang diterima oleh si pengamat tanpa melakukan modifikasi. (2004:74)

Menurut **Daymon** dan **Holloway** dalam bukunya **Elvinaro** yang berjudul **Metodologi Penelitian**, mengenai fenomenologi sebagai berikut:

Fenomenologi adalah filosofi sekaligus pendekatan metodologis yang mencakup berbagai metode. Sebagai sebuah filosofi, fenomenologi adalah salah satu tradisi intelektual utama yang telah memengaruhi riset kualitatif. Poin kunci kekuatan fenomenologi terletak pada kemampuannya membantu peneliti memasuki bidang persepsi orang lain guna memandang kehidupan sebagaimana dilihat oleh orang-orang tersebut. Fenomenologi membantu anda memasuki sudut pandang orang lain dan berupaya memahami mengapa mereka menjalani hidupnya dengan cara seperti itu. Fenomenologi bukan hanya memungkinkan anda untuk 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 kehidupannya. (2008:228)

Menurut **Littele John** (2009: dalam buku Silvada, 2012) bahwa:

Fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia di sekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalamannya tersebut. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji. Fokus penelitian pada metode fenomenologi ini yaitu:

- a. *Textural Description*: apa yang dialami subjek penelitian tentang sebuah fenomena.
- b. *Structural Description*: bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya.

Selaras dengan permasalahan yang peneliti angkat, peneliti melihat bahwa Youtube merupakan media ekspresi serta media komunikasi penggunanya. Penelitian ini dapat dilakukan dengan studi fenomenologi, sesuai dengan yang dikemukakan oleh **Wilson** dalam bukunya **Kuswarno** yang berjudul **Fenomenologi** sebagai berikut:

Praktikan fenomenologi adalah dengan cara mengembangkan kejadian dalam suatu kajian sebagaimana apa yang dihasilkan pekerjaan peneliti fenomenologi melalui berbagai publikasi. Analisis fenomenologi terhadap isi budaya media massa misalnya, menerapkan unsur-unsur melalui pendekatan untuk menghasilkan pemahaman reflektif keadaan yang saling mempengaruhi dunia kehidupan audiens dan materi program. (2009:21).

Teori Schutz juga sering dijadikan *center* dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui

Schutz-lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih jelas dan mudah dipahami. Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

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

a. ***The postulate of logical consistency (Dalil Konsistensi Logis)***

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

b. ***The Postulate Of Subjective interpretation (Dalil Interpretasi Subyektif)***

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

c. ***The Postulate Of Adequacy (Dalil Kecukupan)***

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

Media sosial merupakan media komunikasi, tidak hanya itu dunia virtual yang mana penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, Dengan media virtual ini

para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan berkomunikasi dalam dunia maya yang berkekuatan internet dan teknologi web. Hal ini sesuai dengan yang diungkap oleh **Andreas K** dan **Michael Haenlein**, sebagai berikut:

Sosial media sebagai kelompok berbasis internet aplikasi yang dibangun diatas fondasi ideology dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. (2010: 59-68).

Menurut **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi: konsepsi, fenomena dan contoh penelitiannya**, mengatakan bahwa:

Memahami metodologi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Alfred Schutz. Walaupun pelopor fenomenologi dalam Edmund Husserl adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu social. Selain itu, melalui Schutz lah pemikiran – pemikiran Husserl yang disarankan abstrak pada masa itu dapat dimengerti. (2009:38).

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 meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan di dunia kehidupan sehari-hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu sama lain dan bertindak dalam pernyataan yang sama. Dengan demikian ada

penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman bersama. Dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang memainkan peran dalam tipikal.

Menurut **Schutz** dalam buku **Kuswarno dalam Fenomenologi: Konsepsi,**

Fenomena dan Contoh Penelitiannya, mengatakan bahwa:

Tindakan manusia adalah bagian dari posisinya di masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanyalah kamufase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya. (2009:113).

Konsep sosial didefinisikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dan konsep tindakan didefinisikan sebagai perilaku yang membantu makna subjektif. Akan tetapi menurut Schutz makna subjektif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individu. Makna subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor manusia yang berperilaku dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas atau bermakna secara sosial berupa sebuah kesamaan dan kebersamaan diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”.

Selain makna “intersubjektif” dunia sosial, menurut Schutz harus dilihat secara historis oleh karenanya Schutz menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang maupun akan datang.

Menurut **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi: Konsepsi, Fenomena**

dan Contoh Penelitian, mengatakan bahwa:

Dalam konteks fenomenologi, para pengguna adalah aktor yang melakukan tindakan sosial bersama aktor lainnya sehingga memiliki kebersamaan dan kesamaan dalam ikatan makna intersubjektif. Mengikuti pemikiran Schutz, para pengguna sebagai aktor mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif

berorientasi ke masa depan (*in order to movie*) dan motif berorientasi ke masa lalu (*because motive*). (Kuswarno, 2009:111).

2.2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

Dari semua uraian diatas maka dapat digambarkan dalam bagan kerangka sebagai berikut:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran



