

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literature

2.1.1 Review Penelitian

Riview penelitian dilakukan untuk menggunakan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti guna menjadi sumber referensi yang menunjang pengembangan penelitian. Dalam hal ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk tabel review penelitian sebagai berikut :

Tabel 2.1

Review penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Teori	Metode	Persamaan	Perbedaan
1.	Fithriyyah Ulfah, 2017. Fenomena Gaya Hidup Komunitas Pecinta Kelestarian Alam	Fenomenologi Alfred Schutz	Kualitatif	Teori Penelitian Model Fenomenologi Alfred Schutz	Subjek dan objek yang dilakukan oleh Fithriyyah Ulfah membahas tentang Fenomena Gaya Hidup Komunitas Pecinta Kelestarian Alam
2.	Guntur Gunawan, 2018. Fenomena	Fenomenologi Alfred Schutz	Kualitatif	Teori Penelitian Model Alfred	Subjek dan Objek penelitian yang

	Gaya Hidup Komunitas Pecinta Reptil Di Kota Bandung			Schutz	dilakukan oleh Guntur Gunawan membahas tentang Fenomena Lifestyle Komunitas Pecinta Reptil DI kota Bandung
3.	Mutiabella Trisnawati. Fenomena Pengguna Gadget Di Kalangan Anak-Anak	Fenomenologi Edmund Husserl	Kualitatif	Teori Penelitian Model Fenomenologi Edmund Husserl	Mutiabella Trisnawati membahas tentang Fenomena Penggunaan Gadget Dikalangan Siswa SDN Cijung Bandung.

Sumber : Hasil Kajian Peneliti, 2019

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunitas

Komunitas adalah suatu kelompok sosial di suatu masyarakat yang terdiri dari beberapa individu yang saling berinteraksi di lingkungan tertentu dan umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama.

Komunitas juga dapat diartikan sebagai suatu kelompok di dalam masyarakat, dimana para anggotanya memiliki kesamaan kriteria sosial sebagai ciri khas. Misalnya kesamaan minat, kesamaan profesi, kesamaan agama, kesamaan tempat tinggal, dan lain-lain.

Suatu komunitas terbentuk karena adanya keinginan dari para anggotanya untuk mencapai tujuan tertentu yang telah disepakati bersama. Selain itu, komunitas juga bertujuan untuk saling memberikan bantuan sesama anggotanya sehingga dapat berkembang bersama-sama.

Menurut Soekanto, dalam buku Sosiologi Suatu Pengantar Mengatakan bahwa :

Komunitas yaitu sekelompok masyarakat yang hidup bersama sedemikian rupa sehingga merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan-kepentingan hidupnya. Artinya ada satu sosial *relationship* yang kuat diantara mereka. Faktor yang menjadi dasar adalah adanya interaksi diantara para anggotanya, jadi intinya adalah adanya derajat hubungan sosial. (1990:23)

Komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumberdaya, preferensi, kebutuhan risiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Istilah lain menunjukkan pada masyarakat di sebuah kota, suku, atau suatu bangsa. Apabila suatu kelompok besar maupun kecil, hidup bersama sedemikian rupa sehingga mereka merasakan bahwa kelompok tersebut dapat memenuhi kepentingan hidupnya, maka kelompok tadi dapat disebutkan masyarakat setempat. Intinya mereka menjalin hubungan sosial.

2.1.2.2 Gaya Hidup

Gaya Hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Istilah gaya hidup pada awalnya dibuat oleh psikolog Austria, Alfred

Adler, pada tahun 1929. Pengertiannya yang lebih luas, sebagaimana dipahami pada hari ini, mulai digunakan sejak 1961.

Gaya hidup bisa dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Gaya hidup bisa dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Gaya hidup juga bisa dijadikan contoh dan juga bisa dijadikan hal tabu. Contoh gaya hidup baik : makan dan istirahat secara teratur, makan makanan 4 sehat 5 sempurna, dan lain-lain. Contoh gaya hidup tidak baik : berbicara tidak sepatutnya, makan sembarangan, dan lain-lain.

Pengertian lain Gaya hidup atau *Lifestyle* adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Adler (dalam Hall dan Lindzey) menyatakan bahwa gaya hidup adalah hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan tiga hal utama dalam kehidupan yaitu, pekerjaan, pesahabatan dan cinta. Sedangkan sarwono (1989) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah konsep diri.

2.1.2.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa termasuk didalamnya, termasuk proses pengambilan keputusan dari kegiatan-kegiatan tersebut lebih lanjut. Amstrong bahwa faktor faktor yang mempengaruhi

gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu berasal dari dalam diri individu dan faktor yang berasal dari luar.

Menurut Amstrong yang dikutip Nugraheni dalam buku Gaya Hidup Berkomunitas. Faktor internal yaitu sikap pengalaman dan pengamatan, kepribadian, dan konsep diri, motif dan persepsi dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikiran yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, dan lingkungan sosialnya.
- b. Pengalaman dan pengamatan, pengalaman dapat dipengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari melalui belajar, maka orang akan memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan dari suatu objek.
- c. Kepribadian, kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap perilaku.
- d. Konsep diri, faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri sudah menjadi pendekatan yang amat luas, untuk menggambarkan hubungan antara konsep, konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inri dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi masalah hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of refrence* yang menjadi awal perilaku.
- e. Motif, perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah pada gaya hidup hedonis.
- f. Presepsi, yaitu proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia. (2003:39)

2.1.2.3 Perilaku

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung maupun yang tidak diamati oleh pihak luar.

Menurut Skinner, seperti yang dikutip oleh Notoatmodjo dalam buku Promosi Kesehatan Dan Ilmu Perilaku, merumuskan bahwa :

Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena itu perilaku terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organism, dan kemudian organism tersebut merespon, maka teori Skinner ini disebut teori “S-Q-R” atau Stimulus, Organism, Respon. (2007)

2.2 Kopi

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kata kopi sendiri berasal dari bahasa Arab qahwah yang artinya kekuatan, karena pada awal ditemukan kopi digunakan sebagai makanan berenergi tinggi. Kata qahwah kemudian diubah menjadi kahveh yang berasal dari bahasa Turki dan kemudian diubah lagi menjadi koffie. Dalam bahasa Belanda Penggunaan kata koffie langsung diartikan ke dalam bahasa Indonesia menjadi kata kopi yang hingga saat ini dikenal dengan nama kopi.

Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). Pemrosesan kopi sebelum dapat diminum melalui proses panjang yaitu dari pemanenan biji kopi yang telah matang baik dengan cara mesin maupun dengan tangan kemudian dilakukan pemrosesan biji kopi dan pengeringan sebelum menjadi kopi gelondong. Proses selanjutnya yaitu penyangraian dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah penyangraian biji kopi digiling atau dihaluskan menjadi bubuk kopi sebelum kopi dapat diminum.

Pecinta kopi ini tidak dibatasi oleh usia, gender, pekerjaan dan jabatan, mulai dari remaja sampai orang tua, pria maupun wanita banyak yang menyukai kopi, sehingga terbentuklah komunitas-komunitas pecinta kopi diseluruh Indonesia. Biasanya mulai dengan membuka grup di media sosial seperti Facebook, kemudian menjadi grup pecinta kopi yang ada pengurusnya dan membuat kegiatan rutin seperti gathering, sosialisasi dengan masyarakat.

2.2.1 Perkembangan Komunitas Pecinta Kopi Di Kota Bandung

Perkembangan kopi saat ini telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Kini, tradisi ngopi tidak hanya terbatas dalam penjamuan tamu ataupun undangan pernikahan, tetapi dalam beberapa aktivitas seperti rapat, reuni, kencan, ataupun pertemuan bisnis, tidak dapat dipisahkan dari secangkir kopi. Kopi dijadikan sebagai alat berkomunikasi pencair suasana, ataupun menjalin keakraban, bahkan

saat ini komoditas perkebunan kopi indonesia telah menjadi penghasil devisa negara dan memiliki nilai komersil yang tinggi.

Jumlah konsumsi kopi selalu meningkat setiap tahun peluang. Tingginya konsumsi kopi di indonesia salah satunya ditandai dengan mewabahnya industri *coffee shop* di kota Bandung. Dengan semakin banyaknya *coffee shop* yang bermunculan dapat menimbulkan persaingan dalam industri kopi semakin ketat. Dengan adanya situasi seperti ini perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi yang unggul. Salah satu hal utama yang dilakukan untuk meraih keunggulan bersaing tersebut adalah dengan fokus terhadap konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut kegiatan kualitas pelayanan dan harga merupakan hal yang sangat diperlukan.

2.3 Fenomenologi

2.3.1 Sejarah Fenomenologi

Secara etimologis, fenomenologi berasal dari kata Yunani, *phainomenon* yang merujuk pada arti yang menampak. Fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Sehingga, suatu objek ada dalam relasi kesadaran.

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 Heinich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel

Kant memulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb dan G.W.F. Hadel. 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 penginderaan. 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.

Kemudian filosofi Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya, menurut Immanuel Kant dalam fenomenologi Engkus menyebutkan bahwa fenomena adalah :

Fenomena adalah sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya). (2009:4)

Disimpulkan bahwa Immanuel Kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun.

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.

Muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakkan dasar fenomenologi lebih luas lagi. Dalam tulisannya yang berjudul *Psychology from an Empirical Standpoint* (1874). Brentano 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 Brentano, fenomena fisik ada karena kesengajaan dalam tindakan sadar.

Menurut Brentano yang dikutip Engkus (2009:5) dalam bukunya fenomenologi adalah : Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam kesadaran kita, baik dalam bentuk persepsi, khayalan, keinginan, atau pikiran. Bila dibandingkan dengan pikiran sebelumnya yang diungkapkan oleh Immanuel Kant, pengertian tentang fenomenologi yang diungkapkan oleh Brentano ini lebih luas. Pengertian fenomenologi ini juga yang mengantarkan pada sebuah fenomenologi yang lebih hakiki.

Brentano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental. Sedangkan psikologi deskriptif mendefinisikan dan mengklasifikasikan beragam tipe

fenomena mental, termasuk diantaranya persepsi, pendapat, dan emosi. Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu berhubungan dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Brentano dengan fenomenologi tahun 1889.

Husserl melalui tulisannya yang berjudul *logical investigations* menggabungkan antara psikologi deskriptif dengan logika. Pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa Husserl terinspirasi oleh pemikiran Bolzano mengenai logika ideal dan psikologi deskriptif.

Menurut Husserl yang dikutip 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. (2009:6)

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. Interpretasi 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.

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 filosofis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontologi, epistemologi, etika dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

a. Fenomenologi dan Ontologi

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

b. Fenomenologi dan Epistemologi

Berkenaan dengan epistemologi 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 epistemologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk mencapai kebenaran dan pengetahuan.

c. Fenomenologi dan Logika

Diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai makna 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.

d. 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.

2.3.2 Fenomenologi Alfred Schutz

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

Mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia dengan tiga dalil umum, yaitu :

a. Dalil Konsistensi logis (*the postulate of logical consistency*)

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggungjawabkan atau tidak.

b. Dalil Interpretasi Subjektif (*the postulate of logical subjective*)

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

c. Dalil Kecukupan (*the postulate adequacy*)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan dalam dalil ini akan membiasakan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realita sosial.

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

Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji sesuatu yang muncul, mengkaji fenomena yang terjadi disekitar. 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.

Pandangan Schutz ada berbagai ragam realitas termasuk didalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubjektif yang disebutkan sebagai *the life world*.

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu pertama : *wide awakeness* (ada unsur dari kesadar yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakni akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubjektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Schutz mengakui fenomenologi sosial mengkaji tentang intersubjektivitas dan pada dasarnya studi mengenai subjektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti :

- a. Bagaimana kita ketahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain ?
- b. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain ?
- c. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam ?
- d. Bagaimana hubungan timbal balik itu terjadi ?

Realitas intersubjektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu :

- a. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda benda yang diketahui oleh semua orang.
- b. Ilmu pengetahuan yang intersubjektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial.
- c. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubjektif memiliki sikap distribusi secara sosial.

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

- a. Tipifikasi pengalaman (semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai objek yang berada diluar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum).
- b. Tipifikasi benda-benda (merupakan sesuatu yang ditangkap sebagai sesuatu yang mewakili sesuatu).

- c. Tipifikasi dalam kehidupan sosial (yang dimaksudkan sosiologi sebagai *system, role status, role expectation* dan *instutionalization* itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial).

Schutz 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. Sehingga untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini :

- a. *The eyewitness* (saksi mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati didunia dalam jangkauan orang tersebut.
- b. *The insider* (orang dalam), seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari penelitian sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa, atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagi sistem yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai benar atau salah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih aman.
- c. *The analyst* (analisis), seseorang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.

- d. *The commentator* (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi sosial.

2.4 Kerangka Teoritis

2.4.1 Komunikasi

Manusia tidak bisa seharipun tanpa berkomunikasi. Dalam kehidupan sosial, setiap orang pasti membutuhkan orang lain untuk tolong menolong. Melalui proses saling membutuhkan itu manusia perlu berkomunikasi. Begitu pentingnya komunikasi sampai semua kegiatan atau aktifitas manusia memerlukan komunikasi. Tanpa komunikasi tidak akan mencapai pengertian yang sama.

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, baik secara individu maupun sebagai anggota masyarakat. Sekarang ini keberhasilan dan kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu termasuk karir banyak ditentukan oleh kemampuan berkomunikasi.

Komunikasi pada umumnya adalah proses penyampaian informasi kepada komunikan dari komunikator dengan tujuan mempengaruhi komunikan agar memahami pesan dan mengubah persepsi tentang sesuatu hal sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator (penyampai pesan). Komunikasi memiliki kecenderungan untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tingkah laku orang lain dengan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi secara sederhana dapat dikatakan membuat sama tentang persepsi atau paham setiap individu. Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi telah menjadi alat manusia agar dapat berinteraksi dan

melakukan kegiatan-kegiatan sosial lainnya yang mampu menunjang kehidupannya.

2.4.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “communis” yaitu berarti sama. Sama maksudnya disini adalah sama makna mengenai suatu hal. Jika kita mengadakan komunikasi berarti kita mengadakan “kesamaan”, dalam hal ini yang dimaksud dengan kesamaan adalah pengertian antara si penyampai informasi dan penerima informasi.

Roger dan Kincaid dalam Cangara, dalam bukunya pengantar ilmu komunikasi, 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. (2009:19)

Sedangkan menurut Muhammad (2005:5). Komunikasi didefinisikan sebagai pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara pengirim pesan dengan penerima pesan untuk mengubah tingkah laku.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi sebagai suatu proses pengiriman dan penyampaian pesan baik berupa verbal maupun non verbal oleh seseorang kepada orang lain untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media untuk mendapatkan pengertian yang sama dan menimbulkan efek sekaligus timbal balik antara komunikator dengan

komunikasikan. Komunikasi yang baik harus disertai dengan adanya jalinan pengertian antara kedua belah pihak (pengirim dan penerima). Sehingga yang dikomunikasikan dapat dimengerti dan dilaksanakan. Komunikasi seperti ini dapat dikatakan sebagai komunikasi efektif.

2.4.1.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi merupakan sarana memadukan aktifitas yang terorganisasi. Komunikasi dapat dipandang sebagai sarana penyaluran masukan sosial ke dalam sistem sosial. Komunikasi juga merupakan sarana untuk memodifikasi perilaku, mempengaruhi perubahan, memproduktifkan informasi, dan sarana untuk mencapai tujuan.

Fungsi komunikasi menurut Effendy, dalam mengelompokkan fungsi komunikasi menjadi empat bagian, seperti yang tertulis dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, adalah sebagai berikut:

- a. Menginformasikan (to inform)
- b. Mendidik (to educate)
- c. Menghibur (to entertain)
- d. Mempengaruhi (to influence). (2003:55)

Penjelasan lebih lanjut dari bagian-bagian fungsi komunikasi diatas adalah sebagai berikut :

- a. Menginformasikan (to inform)

Fungsi memberikan informasi adalah suatu fungsi yang menyebarluaskan suatu berita atau info yang kita ketahui kepada khalayak yang lain. Perilaku

menerima informasi merupakan perilaku alamiah dari khalayak. Dengan menerima informasi yang benar khalayak akan merasa aman tentram. Informasi akan diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan. Informasi dapat di kaji secara mendalam sehingga melahirkan teori baru dengan demikian akan menambah perkembangan ilmu pengetahuan. Informasi disampaikan pada khalayak melalui berbagai tatanan komunikasi, tetapi yang lebih banyak melalui kegiatan media massa (mass communication).

Fungsi memberikan ini dapat membentuk suatu pendapat khalayak penerima pesan. Perubahan pendapat adalah memberikan berbagai informasi pada masyarakat. Tujuan akhirnya supaya masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

b. Mendidik (to educate)

Kegiatan komunikasi pada khalayak dengan memberikan berbagai informasi tidak lain agar khalayak menjadi lebih baik, lebih maju, lebih berkembang kebudayaannya. Kegiatan memberi pengetahuan atau mendidik khalayak dalam arti luas adalah memberikan berbagai informasi yang dapat menambah kemajuan khalayak dan dalam arti sempit adalah memberikan berbagai informasi dan juga dan juga berbagai ilmu pengetahuan melalui berbagai tatanan komunikasi kelompok pada pertemuan-pertemuan, kelas-kelas, dan sebagainya. Tetapi kegiatan memberikan pengetahuan atau mendidik khalayak yang paling efektif adalah melalui kegiatan komunikasi

interpersonal antara penyuluh dengan anggota masyarakat, antara guru dengan murid, antara pimpinan dengan bawahan, dan antara orangtua dengan anak-anaknya.

Fungsi memberikan pengetahuan ini dapat menumbuhkan pemahaman (literacy) atau keahlian khalayak penerima pesan. Semakin banyak pengetahuan yang kita dapat dan kita dengar, maka pemahaman kita terhadap suatu hal juga bertambah pula. Pemahaman ini adalah salah satu tujuan dari komunikasi yang dapat membentuk pendapat publik.

c. Menghibur (to entertain)

Perilaku khalayak menerima informasi selain untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat. Apalagi pada masa sekarang ini banyak penyajian informasi melalui sarana hiburan. Fungsi menghibur ini dapat memberi kesenangan dan mencegah kebosanan khalayak penerima informasi.

Fungsi menghibur ini dapat menumbuhkan kesadaran (social awareness) khalayak penerima pesan. Maksudnya adalah khalayak penerima pesan itu dapat merasakan apa yang dialami oleh seseorang, misalnya : khalayak menonton sinetron untuk mendapatkan hiburan. Didalam menonton itu kita merasa yang main itu kita, karena ceritanya mirip dengan pengalaman kita. Menumbuhkan kesadaran (social awareness) khalayak penerima pesan ini adalah salah satu tujuan dari komunikasi. Dari tujuan menumbuhkan kesadaran (social awareness) ini dapat muncullah pendapat umum dari

khalayak penerima informasi. Pendapat ini berbeda-beda dari setiap individu, setiap orang berhak mempunyai pendapat yang berbeda-beda.

d. Mempengaruhi (to influence)

Fungsi mempengaruhi adalah suatu kegiatan memberikan berbagai informasi pada masyarakat juga dapat dijadikan sarana untuk mempengaruhi khalayak tersebut kearah perubahan sikap, pendapat dan perilaku yang di harapkan, misalnya mempengaruhi masyarakat untuk mendukung suatu pilihan dalam pemilu dapat dilakukan melalui komunikasi massa dalam bentuk kampanye, propoganda, selebaran-selebaran, spanduk dan sebagainya. Tetapi berdasarkan beberapa penelitian kegiatan mempengaruhi masyarakat akan lebih efektif dilakukan melalui komunikasi interpersonal.

2.4.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Lasswell menjelaskan komunikasi seperti yang dikutip oleh Mulyana (2007:69) dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, yaitu :

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa ?, mengatakan apa ?, dengan saluran apa ?, dan dengan akibat apa ?, atau hasil apa ?, (who ?, says what ?, in which channel ?, to whom ?, with what effect ?.).

Penjelasan diatas sudah menjelaskan unsur-unsur komunikasi yang ada pada komunikasi. Berikut adalah uraian unsur-unsur komunikasi menurut Lasswell yang terdiri dari 5 unsur, yaitu :

a. Komunikator

Komunikator merupakan unsur komunikasi yang bertindak sebagai penyampai pesan. Komunikator merupakan sumber informasi bagi komunikan. Sehingga bagaimana komunikator mendeliver sebuah pesan sangat mempengaruhi keberhasilan komunikasi (baca juga: prinsip-prinsip komunikasi). Apakah komunikan dapat menangkap dan mengerti sebuah pesan atau tidak, dan bagaimana respon yang dihasilkan komunikan sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan.

a. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa 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, mimik, gerak-gerik, bahasa lisan dan bahasa tulisan. (2006:23)

b. Media

Media komunikasi merupakan sarana atau saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan sebuah pesan. Dalam berkomunikasi,

pesan akan diterima oleh pancaindra manusia baru selanjutnya diproses dalam pikirannya dan kemudian menghasilkan sebuah feedback. Pesan yang disampaikan dalam bentuk sebuah gambar dan suara biasanya akan lebih menarik dari pada pesan yang hanya disampaikan lewat tulisan saja.

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, Cangara mengemukakan bahwa :

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

c. Komunikan

Komunikan merupakan penerima pesan, pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Target yang ditentukan oleh komunikator untuk menerima pesan yang disampaikannya. Komunikan bisa seorang individu, kelompok, organisasi atau lainnya. Komunikan mempunyai tanggung jawab untuk dapat memahami apa yang disampaikan komunikator kepadanya, untuk itu seorang komunikan yang baik harus memperhatikan apa yang disampaikan komunikator dengan baik.

d. Efek

Setelah terjadinya komunikasi terdapat efek yang ditimbulkan. Pengertian efek atau dampak dalam proses komunikasi adalah perubahan yang diharapkan terjadi pada komunikan setelah mendapatkan pesan. Hal ini

berhubungan dengan sikap penerima pesan apakah sesuai dengan maksud yang diharapkan oleh pengirim pesan.

2.4.1.4 Tujuan Komunikasi

Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, menyebutkan tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut :

- a. Mengubah sikap
Setiap pesan baik itu berupa berita atau informasi yang disampaikan secara luas baik secara antarpersonal dapat merubah sikap sasarannya secara bertahap.
- b. Mengubah Opini/Pendapat/Pandangan
Memberikan berbagai informasi kepada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.
- c. Mengubah Perilaku
Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.
- d. Mengubah Masyarakat
Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi kepada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. (2003:55)

Komunikasi memiliki pengaruh yang besar bagi si penerima pesan atau informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut dapat mengubah sikap, opini, atau pendapat, perilaku bahkan dapat mengubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator.

2.4.1.5 Proses Komunikasi

Secara sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses atau aliran penyampaian sebuah pesan dari komunikan kepada komunikator yang berlangsung secara dinamis. Suatu penyimpangan yang terjadi dalam komunikasi pada dasarnya merupakan akibat dari rintangan yang tidak dapat teratasi. Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator (pengirim) suatu pesan kepada komunikannya (penerima), sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi dapat dilihat dari beberapa perspektif :

a. Perspektif Psikologis

Perspektif ini merupakan tahapan komunikator pada proses *encoding*, kemudian hasil *encoding* ditransmisikan kepada komunikan sehingga terjadi komunikasi interpersonal.

b. Perspektif Mekanis

Perspektif ini merupakan tahapan disaat komunikator mentransfer pesan dengan bahasa verbal/non verbal. Komunikasi ini dibedakan menjadi beberapa bagian, diantaranya adalah :

1) Proses Komunikasi Primer

Adalah penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan menggunakan lambang sebagai media.

2) Proses Komunikasi Sekunder

Merupakan penyampaian pesan dengan menggunakan alat setelah memakai lambang sebagai media pertama.

3) Proses Komunikasi Linier

Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal

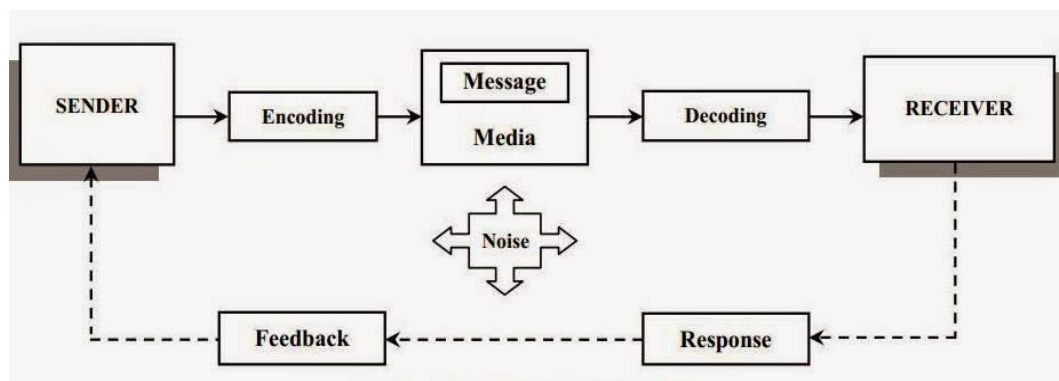
4) Proses Komunikasi Sirkular

Terjadinya feedback atau umpan balik komunikan kepada komunikator.

Secara skematis proses komunikasi tersebut dapat pada gambar berikut ini :

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



Sumber : Deddy Mulyana, Pengantar Ilmu Komunikasi 2007

Unsur-unsur dalam proses komunikasi diatas adalah sebagai berikut (Effendy, Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek, 1984) :

- a) Sender
Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b) Encoding

Penyandaian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

c) Message

Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

d) Media

Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan

e) Decoding

Proses dimana komunikan menetapkan makna pada pesan yang disampaikan komunikator kepadanya.

f) Receiver

Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

g) Response

Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan.

h) Feedback

Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

i) Noise

Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2.5 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal pada dasarnya merupakan komunikasi yang melibatkan sedikitnya dua orang dalam prosesnya, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung, dan sebaliknya penerima juga dapat memberikan umpan balik secara langsung pula.

Komunikasi interpersonal atau yang biasa disebut sebagai komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan seseorang yang lain atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui timbal baliknya. Komunikasi antar pribadi juga dapat dijelaskan sebagai hubungan antara dua individu yang ada dalam satu lingkungan. Komunikasi

antarpribadi juga merupakan suatu bentuk komunikasi baik verbal ataupun non verbal yang dilalui dua person dan dengan tanggapan seketika.

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 psikologi 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.

2.5.1 Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal bersifat dialogis, dalam arti arus balik antara komunikator dengan komunikan terjadi langsung, sehingga pada saat itu juga komunikator dapat mengetahui secara langsung tanggapan dari komunikan, dan secara pasti akan mengetahui apakah komunikasinya positif, negatif dan berhasil atau tidak. Apabila tidak berhasil, maka komunikator dapat memberi kesempatan

kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya. Menurut Kumar dalam Wiryanto bahwa ciri-ciri komunikasi interpersonal yaitu:

- a. Keterbukaan (openess), yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan interpersonal;
- b. Empati (empathy), yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain.
- c. Dukungan (supportiveness), yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif.
- d. Rasa positif (positiveness), seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
- e. Kesetaraan atau kesamaan (equality), yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. (2005: 36)

Berdasarkan paparan diatas mengenai ciri-ciri komunikasi interpersonal, dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi interpersonal, agar diperoleh komunikasi yang efektif maka dibutuhkannya keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), rasa positif (positiveness) dan kesetaraan (equality).

2.5.2 Jenis-Jenis Komunikasi Interpersonal

Secara teoritis komunikasi interpersonal terbagi menjadi dua, yaitu :

1) Komunikasi diadik

Komunikasi diadik merupakan komunikasi interpersonal yang berlangsung antara dua orang yaitu, yang seorang komunikator sebagai penyampai pesan sedangkan yang seorang lagi adalah komunikan sebagai penerima pesan. Karena perilaku komunikasi melibatkan dua orang, maka dialog atau percakapan atau diskusi yang terjadi berlangsung secara intens. Sehingga

komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada diri komunikan seorang. Dalam situasi demikian, akan nampak dalam komunikasi triadik atau komunikasi kelompok, baik kelompok dalam lingkup keluarga maupun dalam lingkup kelas atau seminar.

Dalam suatu kelompok, ada kecenderungan pemilihan interaksi individu dengan individu lain yang mengacu terhadap apa yang disebut primasi diadik. Primasi diadik adalah setiap dua orang, dari sekian banyak orang di dalam kelompok terlihat dalam komunikasi berdasarkan kepentingan masing-masing.

2) Komunikasi triadik

Komunikasi triadik ialah komunikasi interpersonal yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang sebagai komunikator dan dua orang lagi sebagai komunikan. Misalnya A menjadi komunikator, lalu ia menyampaikan kepada komunikan B, kalau dijawab atau ditanggapi ia beralih pada komunikan C, yang dilakukan secara berdialog.

Dibandingkan dengan komunikasi diadik, komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator dapat memusatkan perhatiannya secara penuh kepada komunikan seorang. Sehingga ia dapat menguasai frame of reference komunikan sepenuhnya, beserta umpan balik yang berlangsung. Namun, jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya, misalnya komunikasi kelompok dan komunikasi massa, bahwa komunikasi triadik lebih efektif dalam kegiatan mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan.

Dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan

sepenuhnya. Sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikasi sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi.

2.5.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Tujuan Komunikasi Interpersonal yaitu :

a) Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

b) Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

c) Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

d) Berubah Sikap Dan Tingkah Laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu yang terlibat dalam posisi interpersonal.

e) Untuk Bermain Dan Kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita-cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

f) Untuk Membantu Pengarahan

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk

mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

2.6 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran berbeda (Mulyana, 2007:82). Sebuah kelompok juga dapat diartikan sebagai kumpulan dua individu atau lebih yang berinteraksi tatap muka (face to face interaction), yang masing-masing menyadari keanggotaannya dalam kelompok, masing-masing menyadari keberadaan orang lain yang juga anggota kelompok, dan masing-masing menyadari saling ketergantungan secara positif dalam mencapai tujuan bersama (Sarwono, 2005:5).

Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang sedang rapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (small-group communication), jadi bersifat tatap muka. Umpan balik dari seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga

komunikasi antar-pribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antar-pribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Terminologi tatap muka mengandung makna bahwa setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan juga harus dapat mengatur umpan balik secara verbal maupun non verbal dari setiap anggotanya. Batasan ini tidak berlaku atau meniadakan kumpulan individu yang bersifat *crow* atau kerumunan orang yang sedang melihat aksi-aksi panggung seperti menonton band atau kerumunan orang yang sedang menonton sepak bola di televisi.

Wacana menarik dalam konteks tatap muka ini adalah menyangkut hubungan-hubungan tatap muka yang menggunakan media komunikasi. Mengingat kemajuan teknologi saat ini menyebabkan orang hidup terpisah semakin jauh, namun konten komunikasinya semakin dekat. Dengan demikian maka tatap muka tersebut berkaitan erat dengan adanya interaksi diantara semua anggota kelompok.

2.6.1 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok berbeda dengan komunikasi antarpersonal dan komunikasi massa. Pendekatan tersebut dapat terlihat dari komponen-komponen yang terlibat dalam terjadinya proses komunikasi. Charles Horton Cooley pada tahun 1990 Jalaluddin Rakhmat, dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi mengatakan bahwa :

Kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerjasama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang

anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati (1994:76)

Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Artinya menembus kepribadian yang tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage*. Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rintangan dan cara berkomunikasi, pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan dari pada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

2.6.2 Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam suatu masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut antara lain adalah, fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuat keputusan, serta terapi. Semua fungsi ini di manfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri.

- a) Fungsi pertama adalah menjalin hubungan sosial dalam artian bagaimana kelompok tersebut dapat membentuk dan memelihara hubungan antara para anggotanya dengan memberikan kesempatan melakukan berbagai aktivitas rutin yang informal, santai, dan menghibur.

- b) Fungsi kedua adalah pendidikan yang mana mempunyai makna bagaimana sebuah kelompok baik secara formal maupun informal berinteraksi untuk saling bertukar pengetahuan. Fungsi pendidikan ini sendiri sangat bergantung pada 3 faktor, yang pertama adalah jumlah informasi yang di kontribusikan oleh setiap anggota, yang kedua adalah jumlah partisipan yang ikut di dalam kelompok tersebut, dan yang terakhir adalah berapa banyak interaksi yang terjadi di dalam kelompok tersebut. Fungsi ini juga akan efektif jika setiap anggota juga dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang berguna bagi anggotanya.
- c) Fungsi ketiga adalah persuasi, dalam fungsi ini, seorang anggota berusaha mempersuasikan anggota kelompok lainnya untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang di inginkannya. Seseorang yang terlibat dalam usaha usaha persuasif didalam kelompoknya memiliki resiko untuk tidak diterima oleh anggota kelompok nya yang lain, apabila hal yang di usulkannya tersebut bertentangan dengan norma norma kelompoknya, maka justru dia dapat menyebabkan konflik di dalam kelompok dan dapat membahayakan posisinya di dalam kelompok tersebut.
- d) Fungsi keempat adalah pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, disini kelompok berguna untuk mencari solusi dari permasalahan permasalahan yang tidak dapat di selesaikan oleh anggotanya, serta mencari alternatif untuk menyelesaikan, sedangkan pembuatan keputusan bertujuan untuk memilih salah satu dari banyak nya alternatif solusi yang keluar dari proses pemecahan masalah tersebut.

- e) Fungsi kelima adalah terapi. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan persoalannya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai konsensus.

2.7 Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang menyangkut hubungan antar individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan ada kehidupan bersama. Interaksi sosial menurut Maryati dan Suryawati interaksi sosial dibagi menjadi tiga macam yaitu :

- a) Interaksi antara individu dan individu. Dalam hubungan ini bisa terjadi interaksi positif ataupun negatif. Interaksi positif jika hubungan timbal balik merugikan satu pihak atau pihak keduanya (bermusuhan)
- b) Interaksi antara individu dan kelompok. Interaksi ini pun dapat berlangsung secara positif maupun negatif. Bentuk interaksi sosial individu dan kelompok bermacam-macam sesuai situasi dan kondisi.
- c) Interaksi sosial kelompok dan kelompok. Interaksi sosial kelompok dan kelompok terjadi sebagai satu kesatuan bukan kehendak pribadi, misalnya, kerjasama antara dua perusahaan untuk membicarakan suatu proyek. (2003)

2.8 Kerangka Pemikiran

Dalam permasalahan yang peneliti bahas, terdapat pengertian mengenai tindakan sosial dari salah satu ilmuwan sosial yang ahli dibidang sosiologi adalah Max Weber, menurutnya dalam Ritzar : Tindakan sosial adalah suatu tindakan individu sepanjang tindakan itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain.

Ada 5 ciri pokok tindakan sosial menurut Max Weber sebagai berikut :

- 1) Jika tindakan manusia itu menurut aktornya mengandung makna subjektif dan hal ini bisa meliputi berbagai tindakan nyata.
- 2) Tindakan nyata itu bisa bersifat membanting sepenuhnya.
- 3) Tindakan itu bisa berasal dari akibat pengatur positif atas suatu situasi, tindakan yang sengaja diulang, atau tindakan dalam bentuk persetujuan secara diam-diam dari pihak manapun.
- 4) Tindakan itu diarahkan kepada seseorang atau kepada beberapa individu
- 5) Tindakan ini memperhatikan tindakan orang lain dan terarah kepada orang lain itu.

Selain kelima ciri pokok tersebut, menurut Weber tindakan sosial dapat pula dibedakan dari sudut waktu sehingga ada tindakan yang diarahkan kepada waktu sekarang, waktu lalu, atau waktu yang akan datang. Sasaran suatu tindakan sosial bisa individu tetapi juga bisa kelompok atau sekumpulan orang. (Campbell 1981)

Teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Fenomenologi yang dimana dalam buku Kuswarno dikatakan bahwa :

Fenomenologi merupakan pendekatan yang beranggapan bahwa fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri, fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang transendental. Untuk mendapatkan nilai kebenaran yang sesungguhnya, maka harus menerobos melalui yang tampak itu. (2008:210)

Fenomenologi tidak berasumsi bahwa penelitian mengetahui pasti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti, yang diletakan oleh fenomenologi ialah aspek subjektif dari perilaku manusia. Mereka berusaha masuk kedalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu penelitian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respons atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut Stephen W. Little John yang dikutip oleh Koswara dalam Metode Komunikasi bahwa phenomenological makes actual lived experience the basic data of reality. (Little John, 1996:204)

Menurut Kuswarno dalam buku Fenomenologi, mengatakan bahwa :

Memahami metodologi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Alfred Schutz, walaupun pelopor fenomenologi dalam Edmund Husserl. Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, melalui Schutzlah pemikiran-pemikiran Husserl yang disarankan 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 implicit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

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 kenyataan 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 sehingga orang yang memainkan peran dalam tipikal.

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

Menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman. Makna dan kesadaran (2009:17)

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

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

Fenomenologi mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran yang terentang dari persepsi, gagasan, memori, imajinasi, hasrat, kemauan sampai tindakan, baik itu tindakan sosial maupun dalam bentuk bahasa. Struktur bentuk-bentuk kesadaran inilah yang oleh Husserl dinamakan dengan kesengajaan yang terhubung langsung dengan sesuatu. Struktur dalam kesadaran pengalaman ini yang akhirnya membuat makna dan menentukan ini dari pengalaman.

Berkaitan dengan kesengajaan diperlukan suatu kondisi latar belakang yang memungkinkan bekerjanya struktur kesadaran dan pengalaman. Kondisi tersebut mencakup perwujudan, keterampilan jasmani, konteks budaya, bahasa, praktek sosial, dan aspek-aspek demografis dari sebuah aktifitas yang disengaja. Fenomenologi akan membawa pengalaman dari pengalaman sadar, kepada kondisi yang akan membantu memberikan pengalaman kesengajaan tersebut. Dari sinilah kemudian Kant merumuskan lebih lanjut mengenai apa yang disebut sebagai Noumena.

Noumena adalah sesuatu dalam dirinya sendiri. Sedangkan apa yang menjadi citra atau bayangan dari noumena oleh Kant disebut sebagai fenomena. Pengetahuan empiris lewat fenomena. Segala sesuatu yang kita tangkap melalui indera kita baik itu perasaan, emosi, gambaran lewat mata, suara dari telinga, rasa dari sentuhan lidah atau kulit, dan segala sesuatunya hanyalah merupakan entitas fenomena. Waktu, jarak, ruang, benda dan segala sesuatu yang kita cerna hanyalah entitas fenomena. Yang noumena tak akan pernah dapat kita ketahui. Menurut Kant noumena merupakan entitas-entitas (jemak) yang menyebabkan adanya noumena-noumena.(2009:69)

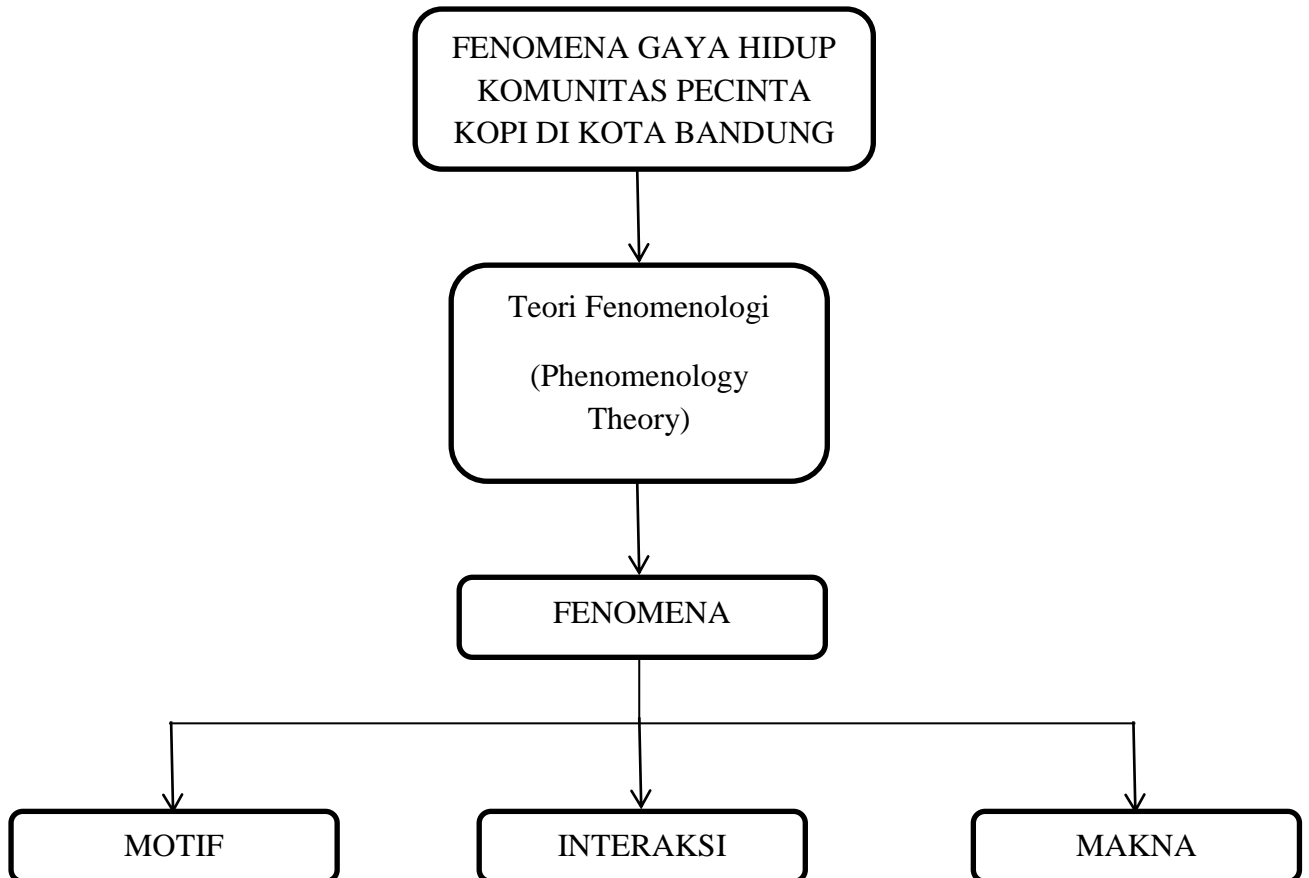
Secara umum fenomena dapat disimpulkan sebagai suatu yang kita sadari, objek dan kejadian disekitar kita, orang lain, dan diri kita sendiri, sebagai refleksi dari pengalaman sadar kita. Terdapat dua garis besar dalam pemikiran fenomenologi, yakni fenomenologi transendental seperti yang digambarkan dalam kerja Edmund Husserl dan fenomenologi sosial yang digambarkan oleh Alfred Schutz, dari dua garis besar tersebut (Husserl dan Schutz) terdapat tiga kesamaan yang berhubungan dengan studi komunikasi, yaitu :

- a) Prinsip yang paling dasar dari fenomenologi yang secara jelas dihubungkan dengan idealism adalah bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam diri kesadaran individu.
- b) Makna adalah derivasi dari potensialitas dari 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 kehidupan.
- c) Kalangan fenomenologi percaya bahwa dunia dialami dan makna dibangun melalui bahasa. Ketiga dasar fenomenologi ini mempunyai perbedaan derajat signifikan bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang akan dibahas. (1967:87)

Alfred Schutz menekankan adanya hubungan antara pengetahuan dengan perilaku manusia sehari-hari agar manusia menjadi makhluk sosial. Schutz dalam (Jhon Wild dkk- *The Phenomenology of the social world*) dikutip dalam Kuswarno dalam buku Fenomenologi mengatakan : Bahwa penelitian sosial berbeda dari penelitian dalam ilmu fisika berdasarkan fakta, namun dalam ilmu-ilmu sosial seseorang dengan objek penelitian, yang menafsirkan sendiri dunia sosial. (1967:78)

Melakukan penelitian harus menggunakan metode yang sama penafsiran seperti halnya orang dalam akal sehat dunianya. Memang ada berbagai macam realitas termasuk didalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan, tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubjektif yang disebutnya sebagai *the life world*.

Dengan adanya teori fenomenologi, menjadi alat bagi peneliti untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomena yang telah terjadi yakni fenomena tentang gaya hidup komunitas pecinta kopi di kota Bandung. Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat.

Gambar 2.2**Bagan Kerangka Pemikiran**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019