

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis adalah sebuah kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain dan berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti penulis. Adanya *review* penelitian sejenis guna agar tidak terjadi pengulangan dan duplikasi penelitian pada objek yang serupa. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai referensi untuk melakukan penelitian:

1. Skripsi yang dibuat oleh Fani Fananda dari jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan angkatan 2014, berjudul “**Fenomena Lapis Bogor Sangkuriang di Kalangan Masyarakat**”. Dari skripsi yang dibuatnya dapat diambil kesimpulan, bahwa informan menjadikan Lapis Bogor Sangkuriang sebagai oleh – oleh dari Bogor.
2. Skripsi yang dibuat oleh Hasna Qonitah dari jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan angkatan 2014, berjudul “**Fenomena Penggunaan Akun Instagram Makanpakereceh Sebagai Referensi Kuliner di Media Sosial**”. Dari skripsi yang dibuatnya dapat diambil kesimpulan, bahwa informan memanfaatkan *instagram* Makanpakereceh sebagai referensi kuliner.
3. Skripsi yang dibuat oleh Moch Giar Firdaus dari jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan angkatan 2015, berjudul “**Strategi Promosi Kedai Roda**

Kopi Melalui Media Sosial”. Dari skripsi yang dibuatnya dapat diambil kesimpulan, bahwa informan menganalisis strategi promosi Kedai Roda Kopi dari produk, harga, tempat, dan promosi yang dilakukan Kedai Roda Kopi.

Tabel 2.1

Peneliti Terdahulu

No	1
Nama Peneliti	Fani Fananda
Judul Penelitian	Fenomena Lapis Bogor Sangkuriang di Kalangan Masyarakat
Teori Penelitian	Fenomenologi
Metode Penelitian	Kualitatif
Tujuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui motif masyarakat untuk membeli Lapis Bogor Sangkuriang. 2. Untuk mengetahui tindakan masyarakat untuk mendapatkan Lapis Bogor Sangkuriang. 3. Untuk mengetahui makna masyarakat setelah menyantap Lapis Bogor Sangkuriang.
Hasil Penelitian	Informan menjadikan Lapis Bogor Sangkuriang sebagai oleh – oleh dari Bogor.

Perbedaan Penelitian	Peneliti sebelumnya meneliti tentang fenomena Lapis Bogor Sangkuriang di kalangan masyarakat sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah tentang fenomena Susu Jahe Merah di kalangan masyarakat Kota Bandung.
No	2
Nama Peneliti	Hasna Qonitah
Judul Penelitian	Penggunaan Akun <i>Instagram</i> Makanpakereceh Sebagai Referensi Kuliner di Media Sosial
Teori Penelitian	Fenomenologi
Metode Penelitian	Kualitatif
Tujuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui motif mahasiswa FISIP UNPAS mengikuti kegiatan akun <i>instagram</i> Makanpakereceh 2. Untuk mengetahui interaksi sosial mahasiswa FISIP UNPAS setelah mengikuti <i>instagram</i> Makanpakereceh 3. Untuk mengetahui makna akun <i>instagram</i> Makanpakereceh sebagai referensi kuliner di media sosial <i>instagram</i> pada mahasiswa FISIP UNPAS

Hasil Penelitian	Informan memanfaatkan <i>Instagram</i> Makanpakereceh sebagai referensi kuliner.
Perbedaan Penelitian	Peneliti sebelumnya meneliti tentang fenomena penggunaan akun <i>instagram</i> Makanpakereceh sebagai referensi kuliner di media sosial sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah tentang fenomena Susu Jahe Merah di kalangan masyarakat Kota Bandung.
No	3
Nama Peneliti	Moch Giar Firdaus
Judul Penelitian	Strategi Promosi Kedai Roda Kopi Melalui Media Sosial
Teori Penelitian	Teori Bauran Pemasaran
Metode Penelitian	Kualitatif
Tujuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui produk yang dilakukan Kedai Roda Kopi. 2. Untuk mengetahui harga yang dilakukan Kedai Roda Kopi. 3. Untuk mengetahui tempat yang dilakukan Kedai Roda Kopi.

	4. Untuk mengetahui promosi yang dilakukan Kedai Roda Kopi.
Hasil Penelitian	Informan menganalisis strategi promosi Kedai Roda Kopi dari produk, harga, tempat, dan promosi yang dilakukan kedai roda kopi.
Perbedaan Penelitian	Peneliti sebelumnya meneliti tentang Strategi Promosi Kedai Roda Kopi Melalui Media Sosial sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah tentang fenomena Susu Jahe Merah di kalangan masyarakat Kota Bandung.

Sumber: Catatan Peneliti 2020

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan manusia setiap harinya karena untuk dapat memenuhi kebutuhannya manusia harus melakukan komunikasi sehingga manusia akan membutuhkan manusia yang lainnya. Seseorang dapat memenuhi kebutuhannya apabila komunikasi yang dilakukannya adalah efektif atau mempunyai persepsi yang sama dengan lawan bicaranya.

Secara etimologis, komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *communication* dan kata Latin *communis* yang berarti “sama”. (Mulyana, 2015:46).

Dengan demikian bahwa seseorang yang berkomunikasi atau seorang komunikator berarti mengharapkan agar lawan bicara atau komunikan bisa mempunyai persepsi yang sama atau makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Apabila komunikator dan komunikan mempunyai persepsi atau makna yang sama maka sebuah komunikasinya bisa disebut komunikatif. Sebaliknya, apabila komunikator dan komunikan tidak mempunyai persepsi atau makna yang sama maka bisa dikatakan komunikasinya tidak komunikatif.

Komunikasi menurut **Raymond S. Ross** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** karya **Deddy Mulyana** yang adalah sebagai berikut:

Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol – simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator. (2015:69)

Sebuah pesan yang akan disampaikan komunikator kepada komunikan tidak langsung disampaikan begitu saja tetapi dilakukan proses pemilihan seperti pesan apa yang akan disampaikan dan bagaimana cara untuk menyampaikan pesan tersebut. Hal ini dimaksudkan agar pesan yang disampaikan komunikator dapat dimaknai sama oleh komunikan.

Penyampaian pesan yang baik akan menimbulkan efek yang baik pula, yaitu efek komunikan yang akan memaknai sama dengan komunikator terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Maka dari itu seorang komunikator harus pandai memilih kata agar pesan yang disampaikan komunikator dapat dimengerti dan dimaknai sama oleh komunikan.

Pengertian komunikasi lainnya diungkapkan **Shannon dan Weaver** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** yang adalah sebagai berikut:

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. (2016:22-23)

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia artinya, komunikasi adalah proses hubungan yang saling memengaruhi. Komunikator memengaruhi komunikan dan sebaliknya komunikan memengaruhi komunikannya.

Sebuah proses komunikasi dapat dilakukan dengan sengaja ataupun tidak sengaja. Sengaja berarti proses komunikasi dilakukan dengan niat dan tidak sengaja berarti proses komunikasinya dilakukan dengan tidak diniatkan.

Sebuah komunikasi tidak hanya terbatas pada komunikasi verbal yaitu komunikasi yang menggunakan kata – kata tetapi juga komunikasi dalam bentuk non verbal. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan ekspresi muka, seni, lukisan, dan teknologi.

Pengertian komunikasi lainnya diungkapkan **Hovland** dalam buku **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** yang menyatakan bahwa komunikasi adalah “proses mengubah perilaku orang lain” (2017:10). Jadi, sebuah proses komunikasi bisa mengubah perilaku orang lain, selama proses komunikasi itu komunikatif. Komunikatif artinya, mudah dipahami atau dimengerti.

2.2.2 Unsur – Unsur Komunikasi

Sebuah proses komunikasi tidak akan terjadi tanpa unsur – unsur yang terlibat didalamnya. Unsur - unsur disini berarti bagian dari komunikasi. Maka dari itu komunikasi memerlukan unsur – unsur didalamnya.

Unsur – Unsur komunikasi diungkapkan **David K. Berlo** dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua** karya **Cangara** yang menyatakan bahwa formula itu dikenal dengan nama “SCMR”, yakni: “*Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran media), dan *Receiver* (penerima)” (2016:26). Unsur – unsur komunikasi yang diungkapkan David K. Berlo adalah pengirim, pesan, saluran media, dan penerima. Pengirim berarti orang yang mengirimkan pesan. Pesan berarti perkataan atau simbol - simbol yang disampaikan pengirim. Saluran media berarti alat yang membantu proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima. Terakhir, penerima adalah orang yang menerima pesan.

Charles Osgood, Gerald Miller, dan Melvin L. De Fleur melengkapi unsur – unsur komunikasi yang diungkapkan **David K. Belo** dalam **Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua** yang menyatakan bahwa:

Unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. Kedua unsur ini nantinya lebih banyak dikembangkan pada proses komunikasi antar pribadi (*persona*) dan komunikasi massa. (2016:26)

Efek adalah perbedaan sikap atau perbedaan perilaku penerima pesan setelah menerima pesan. Efek ini bisa berupa efek positif atau negatif. Positif berarti penerima

dapat mengerti dan memaknai pesan secara sama dengan pengirim. Negatif berarti penerima tidak dapat mengerti dan memaknai pesan secara sama dengan pengirim.

Unsur komunikasi berupa efek terjadi pada komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa karena sebuah pesan bisa mempengaruhi penerima pesan. Efek yang dihasilkan bisa positif yaitu kesamaan makna antara pengirim pesan dan penerima pesan dan bisa berupa negatif yaitu ketidaksamaan makna antara pengirim pesan dan penerima pesan.

Unsur komunikasi berupa umpan balik berarti pengirim pesan mengharapkan tanggapan dari penerima pesan. Tanggapan pesan bisa berupa komunikasi verbal berupa komunikasi dalam bentuk kata – kata atau komunikasi dalam bentuk non verbal berupa komunikasi dalam bentuk non kata – kata seperti gestur, bahasa isyarat, dan lain – lain. Unsur komunikasi berupa umpan balik terjadi pada komunikasi antar pribadi karena komunikasinya tatap muka dan proses komunikasinya bersifat sirkuler atau komunikasi dua arah. Jadi, komunikator dapat berperan sebagai komunikan dan sebaliknya komunikan dapat berperan sebagai komunikator.

Unsur komunikasi Charles Osgood, Gerald Miller, dan Melvin L. De Fleur dilengkapi oleh **Josep De Vito K. Sereno, dan Erika Vora** yang tertuang dalam **buku Pengantar Ilmu Komunikasi** yang mengungkapkan bahwa “faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi”. (2016:26)

Lingkungan merupakan unsur komunikasi yang tidak kalah penting dalam proses komunikasi karena lingkungan akan menentukan sebuah proses komunikasi

berhasil atau tidaknya. Salah satu faktor lingkungan adalah faktor sosial budaya. Terkadang, dalam proses komunikasi pengirim pesan mengatakan hal – hal yang tidak mengerti lawan bicara karena adanya perbedaan bahasa.

2.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi berarti proses dalam penyampaian pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Dalam proses penyampaian pesan bisa menggunakan komunikasi secara verbal maupun non verbal dan bisa secara linear maupun sirkular.

Proses komunikasi menurut **Onong Uchjana Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** yang menyatakan bahwa:

- a. Proses komunikasi secara primer
Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (symbol) sebagai media atau saluran.
- b. Proses komunikasi secara sekunder
Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.
- c. Proses komunikasi secara linear
Istilah linear mengandung makna lurus. Jadi, proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus.
- d. Proses komunikasi secara sirkular.
Sirkular sebagai terjemahan dari perkataan “circular” secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling sebagai lawan dari perkataan linear. (2003:33-39)

Proses komunikasi secara primer adalah proses komunikasi yang terjadi pada umumnya yaitu komunikasi yang menggunakan kata – kata (verbal) dan yang tidak menggunakan kata – kata (non verbal). Contoh dari komunikasi verbal adalah bahasa

dan contoh dari komunikasi non verbal adalah seperti gerakan mata, gerakan kepala, dan lain – lain.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses komunikasi yang menggunakan media selain panca indera. Contoh dari media komunikasi selain panca indera adalah telepon, surat kabar, radio, dan lain – lain.

Proses komunikasi secara linear adalah proses komunikasi secara lurus. Artinya, proses komunikasi hanya berjalan satu arah saja. Jadi, komunikator menyampaikan pesannya dan komunikan hanya mendengarkan pesan yang disampaikan komunikator.

Proses komunikasi secara sirkular adalah proses komunikasi secara tidak lurus atau berbentuk seperti keliling. Artinya, proses komunikasi terjadi dua arah. Jadi, komunikator berperan sebagai komunikan dan sebaliknya komunikan berperan sebagai komunikator.

2.2.4 Fungsi Komunikasi

Fungsi dapat diartikan sebagai sebuah peranan. Dalam hal ini berarti peranan komunikasi dalam masyarakat. Fungsi – Fungsi komunikasi diungkapkan **Rudolph F. Verdeber** dalam **Mulyana** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** yang menyatakan bahwa:

Komunikasi mempunyai dua fungsi. Pertama, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. Kedua fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk

melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu.
(2015:5)

Fungsi komunikasi yang pertama menurut Rudolph F. Verdeber adalah fungsi sosial. Artinya, komunikasi ditunjukkan untuk hubungan dengan masyarakat. Hubungan dengan masyarakat yang baik (komunikasi yang baik) akan membawa kesenangan bagi yang melakukannya dan bisa memelihara ikatan atau hubungan dengan masyarakat.

Fungsi komunikasi yang kedua menurut Rudolph F. Verdeber adalah fungsi pengambilan keputusan. Artinya, seseorang memutuskan bertindak atau tidak bertindak. Misalnya apabila terjadi dalam proses komunikasi, komunikasi memutuskan untuk memberikan respon atau tidak terhadap komunikator.

Fungsi – Fungsi komunikasi diutarakan **Judy C. Pearson** dan **Paul E. Nelson** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** yang adalah sebagai berikut:

Komunikasi mempunyai dua fungsi umum. Pertama, untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Kedua, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.
(2015:5)

Fungsi komunikasi menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson yang pertama adalah untuk kelangsungan hidup sendiri. Artinya, komunikasi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri seperti salah satunya adalah untuk kebutuhan fisik.

Fungsi komunikasi menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson yang kedua adalah untuk kelangsungan hidup masyarakat. Artinya, komunikasi dilakukan dalam rangka hubungan dengan masyarakat yang salah satunya adalah untuk memperbaiki hubungan dengan masyarakat agar tidak terjadi kesalahpahaman seseorang dengan masyarakat.

Fungsi – fungsi komunikasi lainnya diungkapkan dalam buku **Ilmu, Teori, dan Filsafat komunikasi karya Onong Uchjana Effendy** yang menyatakan bahwa “a. menginformasikan, b. mendidik, c. menghibur, dan d. mempengaruhi”. (2003:55)

Fungsi komunikasi yang pertama adalah menginformasikan. Menginformasikan berarti komunikasi mempunyai peran untuk menyampaikan pesan kepada pendengar. Bagi komunikan yang belum tahu informasi menjadi pengetahuan baru dan bagi komunikan yang sudah tahu menjadi sebuah informasi tambahan.

Fungsi komunikasi yang kedua adalah mendidik. Sebuah pesan yang disampaikan komunikator bisa memberikan pelajaran positif kepada komunikannya agar lebih berhati – hati misalnya dalam berucap dan bertindak.

Fungsi komunikasi yang ketiga adalah menghibur. Menghibur berarti sebuah pesan yang disampaikan komunikator bisa menimbulkan perasaan senang kepada komunikan.

Fungsi komunikasi yang keempat adalah memengaruhi. Memengaruhi berarti, sebuah pesan yang disampaikan komunikator bisa menimbulkan perubahan sikap dan perilaku komunikan.

2.2.5 Tujuan Komunikasi

Tujuan dapat diartikan sebagai maksud. Jadi, tujuan komunikasi adalah maksud dari adanya sebuah komunikasi. Tujuan komunikasi menurut **Onong Uchjana Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan, Filsafat Komunikasi**, adalah sebagai berikut: a. mengubah sikap (*to change the attitude*), b. mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*), c. mengubah perilaku (*to change the behavior*), dan d. mengubah masyarakat (*to change society*). (2003:55)

Tujuan komunikasi yang pertama adalah mengubah sikap. Sikap adalah perasaan seseorang terhadap sesuatu. Perasaan bisa berupa perasaan senang, sedih, kecewa, dan lain – lain. Jadi, sebuah komunikasi yang disampaikan komunikator dapat membuat komunikan senang, sedih, kecewa, dan lain – lain.

Tujuan komunikasi yang kedua adalah mengubah opini/pendapat/pandangan. Pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan ada yang dimaknai sama atau berbeda sehingga menimbulkan opini yang sama atau berbeda juga.

Tujuan komunikasi yang ketiga adalah mengubah perilaku. Pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan akan menimbulkan respons yang berbeda sehingga akan menimbulkan perilaku yang berbeda – beda. Perilaku tersebut seperti perilaku mengikuti apa yang dikatakan komunikator atau perilaku tidak mengikuti apa yang dikatakan komunikator.

Tujuan komunikasi yang keempat adalah mengubah masyarakat. Pesan yang disampaikan komunikator ditujukan untuk mengubah sikap dan perilaku masyarakat.

Perbedaan dengan tujuan komunikasi yang lainnya, tujuan komunikasi ini ditujukan kepada komunikan yang jumlahnya ada banyak.

Tujuan komunikasi lainnya diungkapkan **Gordon I. Zimmerman** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** karya **Deddy Mulyana** yang menyatakan bahwa:

Tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas – tugas yang penting bagi kebutuhan kita-untuk memberi makan dan pakaian kepada diri-sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. (2015:4)

Tujuan komunikasi menurut Gordon I. Zimmerman yang pertama adalah untuk menyelesaikan tugas – tugas yang penting bagi kebutuhan kita. Jadi, melalui komunikasi seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya seperti kebutuhan akan makanan dan pakaian.

Tujuan komunikasi menurut Gordon I. Zimmerman yang kedua adalah untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi, melalui komunikasi seseorang menciptakan hubungan dengan orang lain. Hubungan tersebut adalah misalnya kebutuhan untuk dicintai oleh orang lain.

2.2.6 Prinsip – Prinsip Komunikasi

Prinsip dapat diartikan sebagai suatu yang dijadikan dasar atau pedoman. Dalam hal ini berarti, prinsip – prinsip komunikasi adalah dasar – dasar yang harus diperhatikan dalam komunikasi.

Prinsip – Prinsip komunikasi menurut **Deddy Mulyana** dalam bukunya **Ilmu**

Komunikasi Suatu Pengantar menyatakan bahwa:

1. Komunikasi adalah proses simbolik.
2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi.
3. Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan.
4. Komunikasi berlangsung dalam tingkat kesengajaan.
5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.
6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.
7. Komunikasi bersifat sistematis.
8. Semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi.
9. Komunikasi bersifat nonsekuensial.
10. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional.
11. Komunikasi bersifat *irreversible*.
12. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah. (2015:92-126)

Prinsip komunikasi yang pertama merupakan komunikasi adalah proses simbolik. Artinya, ketika seseorang melakukan komunikasi menggunakan simbol – simbol. Simbol – simbol ini dapat berupa bahasa, postur tubuh, ekspresi wajah, dan lain - lain.

Prinsip komunikasi yang kedua merupakan komunikasi adalah setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi. Artinya, apabila perilaku orang lain dan perilaku diri sendiri diberi makna, maka sebuah perilaku mempunyai potensi sebagai komunikasi.

Prinsip komunikasi yang ketiga merupakan komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Artinya, dimensi isi adalah menunjukkan isi (apa yang dikatakan) dan dimensi hubungan menunjukkan (bagaimana cara mengatakannya).

Prinsip komunikasi yang keempat merupakan komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan. Artinya, komunikasi dilakukan dengan sengaja (diniatkan) dan tidak sengaja (tidak diniatkan).

Prinsip komunikasi yang kelima merupakan komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Artinya, komunikasi tergantung pada keadaan ruang (tempat) dan waktu (pagi, siang, sore, malam).

Prinsip komunikasi yang keenam merupakan komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi. Artinya, komunikator bisa memprediksikan bagaimana respons seseorang terhadap pesan yang disampaikan kepada komunikan.

Prinsip komunikasi yang ketujuh merupakan komunikasi bersifat sistemik. Artinya, sebuah komunikasi melibatkan sistem internal dan sistem eksternal (saling berhubungan). Sistem internal adalah sistem yang terjadi dalam diri individu seperti pengetahuan, keinginan, bahasa, dan lain – lain. Sistem eksternal adalah sistem yang terjadi di luar diri seseorang seperti kata yang dipilih pada saat berbicara, kegaduhan, penataan ruang, dan lain – lain.

Prinsip komunikasi yang kedelapan merupakan semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi. Artinya, apabila ada kesamaan latar belakang sosial budaya maka sebuah komunikasi akan efektif. Misalnya dalam hal kesamaan bahasa akan memudahkan komunikan dalam memahami apa yang disampaikan komunikator. Semakin komunikan memahami apa yang disampaikan komunikator maka sebuah komunikasi akan efektif karena komunikan akan mempunyai makna yang sama dengan komunikator terhadap pesan yang disampaikan

komunikator dan komunikan bisa memberikan umpan balik yang diinginkan komunikator.

Prinsip komunikasi yang kesembilan merupakan komunikasi bersifat nonsekuensial. Artinya, komunikasi terjadi dua arah pada waktu yang bersamaan. Jadi, komunikator dan komunikannya sama – sama menyampaikan pesan.

Prinsip komunikasi yang kesepuluh merupakan komunikasi bersifat prosesual, dinamis, dan transaksional. Prosesual, maksudnya komunikasi terus terjadi tanpa sebuah awalan yang pasti dan tidak pernah berakhir (terus berproses). Dinamis, maksudnya komunikator dan komunikan mengalami perubahan pengetahuan dari waktu ke waktu sehingga menghasilkan pandangan komunikator dan komunikan yang berubah – ubah juga. Transaksional, maksudnya komunikasi adalah proses yang terjadi pada waktu yang bersamaan dan saling memengaruhi. Komunikator berperan sebagai komunikan dan sebaliknya komunikan berperan sebagai komunikator. Komunikator memengaruhi komunikan dan sebaliknya komunikan memengaruhi komunikator.

Prinsip komunikasi yang kesebelas merupakan komunikasi bersifat *irreversible*. Artinya, komunikasi yang sudah terucap tidak dapat ditarik kembali.

Prinsip komunikasi yang kedua belas merupakan komunikasi bukan panasea untuk menyelesaikan berbagai masalah. Artinya, komunikasi bukan obat mujarab untuk menyelesaikan berbagai masalah karena ada hal lain yang harus dilakukan untuk menyelesaikan masalah, bukan hanya dilakukan dengan komunikasi.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Sejarah Fenomenologi

Istilah fenomenologi mulai dikenal pada abad ke-18 sebagai nama lain dari teori penampakan, yang menjadi pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Jadi, pada abad ke-18 menjadi awalan yang penting bagi lahirnya teori fenomenologi.

Sebelum abad ke-18, pemikiran filsafat terbagi ke dalam dua aliran yaitu empirisme dan rasionalisme. Aliran empirisme adalah aliran yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari penginderaan. Artinya, pengetahuan manusia muncul dari cara manusia melihat apa yang sedang terjadi. Dari apa yang dilihat tersebut berarti sama dengan pengalaman manusia itu atau sesuatu yang dialami manusia itu sendiri.

Aliran rasionalisme adalah aliran yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pikiran manusia (rasio). Menurut aliran ini, pengalaman manusia hanya untuk memperkuat kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman untuk memperkuat kebenaran pengetahuan karena akal dapat dengan sendirinya menentukan kebenaran pengetahuan.

Adanya perbedaan dua aliran ini menyebabkan munculnya Immanuel Kant untuk menengahi perbedaan pandangan mengenai filsafat ini. Menurut **Immanuel Kant** dalam buku **Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** karya **Engkus Kuswarno** menyebutkan bahwa fenomena adalah “sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak darinya)” (2009:4). Setelah itu, muncul tokoh

bernama **Franz Brentano** dalam buku **Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** yang mengatakan bahwa fenomena adalah “sesuatu yang masuk dalam kesadaran kita, baik dalam bentuk persepsi, khayalan, keinginan, atau pikiran”. (2009:5)

Brentano membagi fenomena menjadi dua hal yaitu fenomena mental dan fenomena fisik. Fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar. Sedangkan, fenomena fisik adalah sesuatu yang tampak seperti warna dan bentuk.

Selanjutnya, Brentano mengaitkan fenomena dengan psikologi deskriptif dan psikologi genetis. Psikologi genetis adalah psikologi yang mencari tipe – tipe penyebab fenomena mental. Sedangkan, psikologi deskriptif adalah psikologi yang mendefinisikan dan mengelompokkan tipe – tipe fenomena mental. Setiap fenomena mental atau tindakan sadar terhubung dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran dan objek inilah yang kemudian diistilahkan Brentano sebagai fenomena.

Kemudian, Brentano mengembangkan lagi mengenai fenomena ini. Beliau mengaitkan fenomena dengan logika ideal. Logika ideal dibagi menjadi dua yaitu ide subjektif dan ide objektif. Ide objektif berkaitan dengan pengetahuan objektif. Sedangkan ide subjektif berkaitan dengan pengetahuan subjektif.

Edmund Husserl menyepakati pandangan Brentano bahwa fenomena berkaitan dengan logika ideal dan psikologi deskriptif. Jadi, menurut Husserl fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disegaja (logika ideal) dari tindakan sadar subjektif (psikologi deskriptif).

Husserl mengganti istilah ide objektif dan ide subjektif Brentano dengan istilah *noesis* dan *noema*. *Noesis* adalah proses kesadaran yang disengaja. Sedangkan, *noema* isi dari kesadaran itu atau makna ideal dari objek yang nampak. Singkatnya, fenomenologi bagi Husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika.

Husserl mencoba mempelajari filsafat radikal atau aliran filsafat yang mempelajari tentang akar – akar pengetahuan dan pengalaman. Hal ini dikarenakan ketidakpercayaannya terhadap aliran filsafat positivistik yang dinilai gagal membuat hidup jadi lebih bermakna karena tidak mampu mempertimbangkan masalah nilai dan makna. Aliran positivistik hanya memandang sesuatu yang nampak saja, tidak dengan menilai makna dari sesuatu yang nampak itu sehingga dianggap menilai fenomena dari permukaannya saja. Sedangkan, fenomenologi adalah ilmu yang mempelajari tentang sesuatu yang nampak dan makna dibalik sesuatu itu. Inilah yang menyebabkan fenomenologi kemudian digunakan secara luas dalam ilmu sosial, termasuk ilmu komunikasi atau komunikologi.

Pada tahun – tahun berikutnya fenomena berkembang tidak hanya terfokus pada “kesengajaan” saja. Namun, meluas pada hal intersubjektivitas dan bahasa. Tulisan Husserl ini sulit dipahami pada waktu itu tetapi fenomenologi Husserl ini dijadikan dasar – dasar untuk kajian fenomenologi.

Frege mengungkapkan bahwa pengalaman mengacu pada sebuah objek dalam pengertian tertentu. Namun, dengan pengertian dan cara penyajiannya yang berbeda. Sedangkan, menurut Husserl pengalaman mengacu pada objek yang sama tetapi memiliki pengertian *noema* dan *noematic* yang berbeda. Dua pengalaman bisa

mengacu pada objek yang sama tetapi memiliki pengertian *noematic* yang berbeda. Bagi Husserl, teori kesengajaan bagian dari teori referensi bahasa. *Noematic* dipengaruhi pengertian dan pengertian dipengaruhi bahasa.

Akhir – akhir ini fenomenologi telah mengembangkan kajian – kajian mengenai mental, kesengajaan, kesadaran, pengalaman inderawi, isi kesengajaan, dan konteks pikiran. Jadi, fenomenologi akan terus mengalami perkembangan, seiring dengan perkembangan zaman.

2.3.2 Fenomenologi Alfred Schutz

Schutz adalah seorang pengacara, ahli ekonomi, orang bisnis, juga filsuf. Dia lahir di Vienna pada tahun 1899. Dia adalah sosok yang meletakkan dasar – dasar fenomenologi bagi ilmu sosial. Semasa hidupnya, beliau tidak hanya menetap di Vienna tetapi memperluas pergaulannya hingga ke New York. Hal inilah yang membuat analisisnya tentang kehidupan sehari – hari sangat mendalam dan mudah untuk dipahami.

Ketika Schutz melihat pandangan Weber mengenai ilmu sosial, dia tertarik dengan pemikiran Weber yang membuatnya menerbitkan buku yang berjudul “*Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt*”, yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris sebagai *The Phenomenology of The Social World*. Lalu dia mengirimkan karyanya kepada Edmund Husserl dan Edmund menyukainya sehingga Edmund tertarik untuk menjadikan Alfred Schutz sebagai asistennya. Namun, Alfred Schutz menolak tetapi walaupun Alfred Schutz menolak mereka tetap berhubungan baik. Dari sinilah Alfred

Schutz menjadikan Edmund Husserl sebagai gurunya dalam mempelajari fenomenologi.

Pemikiran Schutz mengenai fenomenologi dipengaruhi gagasan Husserl dan Weber. Pemikiran Schutz dipengaruhi oleh Edmund Husserl yaitu tentang intersubjektivitas. Schutz setuju dengan Husserl bahwa makna terbentuk berdasarkan proses intersubjektivitas di antara para aktor.

Schutz setuju dengan pemikiran makna terbentuk berdasarkan proses intersubjektivitas di antara para aktor tetapi intersubjektivitas yang diutarakan Husserl ini masih belum mendalam sehingga Schutz menambahkan metode *vertesehen* dari Weber. Metode *vertesehen* adalah tindakan seseorang dilandasi oleh motif yang dipengaruhi intersubjektivitas tetapi Weber pun tidak menjelaskan mengenai intersubjektif itu secara mendalam juga sehingga metode *vertesehen* Weber ini masih terasa samar. Bagi Schutz, sebuah tindakan bermotif dipengaruhi intersubjektif atau hubungan individu dengan individu lain yang melalui proses yang rumit dan panjang.

Jadi, inti pemikiran dari Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna beragam. Jadi, sebuah tindakan manusia itu dipengaruhi intersubjektif atau hubungan individu dengan individu lainnya.

Schutz sering dijadikan sebagai pusat dalam metodologi penelitian kualitatif karena Schutz berhasil menjelaskan teori fenomenologi dari Edmund Husserl secara

lebih dalam dan lebih mudah dipahami. Schutz hanya menangkap makna tindakan dari orang awam.

Menurut Schutz, seorang peneliti harus menggunakan metode interpretasi untuk memahami objek penelitiannya. Peneliti harus menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang diamati sehingga peneliti bisa masuk ke dalam dunia objek yang peneliti teliti.

Schutz membuat model manusia dengan dinamakan sebagai “model tindakan manusia” dalam buku **Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** karya **Engkus Kuswarno** yang apabila dibentuk rancangannya adalah “a. konsistensi logis, b. interpretasi subjektif, dan c. kecukupan”. (2009:39)

Konsistensi logis berarti sebuah data yang peneliti teliti itu tetap (tidak berubah) dan datanya itu benar (tepat). Interpretasi subjektif berarti persepsi peneliti terhadap tindakan manusia dan makna dari tindakan tersebut. Kecukupan berarti konstruk yang dibuat peneliti dapat dipahami oleh orang lain atau penerus penelitian.

2.4 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori fenomenologi untuk mendukung penelitian yang dilakukan peneliti. Fenomenologi adalah ilmu yang mempelajari tentang sesuatu yang nampak. Pengertian fenomenologi diungkapkan **Engkus** dalam bukunya **Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** yang menyatakan bahwa “Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti

“menampak”. *Phainomenon* merujuk pada “yang menampak”. Jadi, suatu objek itu ada dalam relasi kesadaran”. (2009:1)

Jadi, fenomenologi adalah ilmu mempelajari tentang sesuatu yang nampak. Sesuatu yang nampak ini berkaitan dengan kesadaran karena kita manusia mempersepsi sesuatu itu berada dalam keadaan sadar.

Schutz memandang fenomena dari tindakan manusia, seperti yang tertuang dalam buku **Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** karya **Engkus Kuswarno** yang menyatakan bahwa “tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanya merupakan kamufase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya”. (2009:38)

Fenomena yang terjadi di masyarakat bisa jadi terjadi karena tindakan peniruan manusia terhadap manusia yang lain. Peniruan ini tidak hanya dilakukan oleh satu individu tetapi dilakukan oleh individu – individu lainnya juga, maka karena tindakan meniru yang terus terjadi ini sebuah benda atau peristiwa bisa berubah menjadi fenomenal.

Schutz menambahkan bahwa tindakan manusia itu dipengaruhi hubungannya dengan individu lain, seperti yang tertuang dalam buku **Filsafat Komunikasi Tradisi dan Metode Fenomenologi** karya **Sobur** yang menyatakan bahwa “makna bersama terbentuk berdasarkan proses intersubjektivitas di antara para aktor”. (2019:51)

Sebuah tindakan yang dilakukan manusia dipengaruhi oleh hubungannya dengan individu lain. Dari hubungan individu dengan individu lain ini akan menghasilkan sebuah makna.

Schutz menyetujui metode *verstehen* yang dikemukakan Weber. Metode *verstehen* adalah metode yang membahas mengenai *order to motive*. Schutz dalam buku **Fenomenologi Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian** karya Engkus Kuswarno menyatakan bahwa “sebelum masuk ke dalam tataran *in order to motive*, terlebih dahulu ada tahapan *because motive*”. (2009:19)

Order to motive adalah tindakan manusia memiliki motif yang dipengaruhi intersubjektivitas atau hubungan individu dengan individu lainnya. *Because motive* adalah tindakan manusia memiliki motif yang dipengaruhi intersubjektivitas atau hubungan individu dengan individu lainnya. Di dalam *because motive*, hubungan individu dengan individu lainnya adalah hubungan yang rumit dan panjang. *Order to motive* merupakan hubungan individu dengan individu lainnya hanya terbatas pada hubungan intersubjektivitas saat ini. Sedangkan, *because motive* merupakan hubungan individu dengan individu lainnya yang tidak hanya terbatas pada hubungan intersubjektivitas saat ini tetapi pada hubungan intersubjektivitas di masa lalu.

Susu Jahe Merah adalah sebuah fenomena karena merupakan sebuah peristiwa yang luar biasa. Susu Jahe Merah bisa menjadi luar biasa karena terjadi intersubjektivitas, artinya ada individu yang memengaruhi individu lain. Selain, itu tindakan seseorang bisa jadi merupakan tindakan kamufase atau peniruan terhadap tindakan individu yang lain karena kuatnya pengaruh individu kepada individu

lainnnya. Apalagi bila individu dengan individu memiliki banyak kesamaan makna terhadap sesuatu. Dalam hal ini berarti bisa mempunyai kesamaan makna terhadap Susu Jahe Merah.

Susu Jahe Merah cocok bila diteliti menggunakan teori fenomenologi karena Susu Jahe Merah sudah menjadi fenomenal. Susu Jahe Merah menjadi fenomenal adalah sesuatu yang menarik, maka dari itu peneliti ingin mengetahui apa yang menjadi penyebab Susu Jahe Merah menjadi fenomenal dan digemari banyak orang.

Peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz yang melihat fenomena dari motif, tindakan, dan makna. Dalam hal ini berarti peneliti melihat fenomena Susu Jahe Merah berdasarkan motif, tindakan, dan makna dari pembeli Susu Jahe Merah.

Gambar 2.4

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil olahan peneliti dan pembimbing 2020