

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Rujukan penelitian pertama yaitu skripsi dari Asri Wahyuni Suparman, universitas pasundan, dengan judul skripsi fenomena Pencarian Jodoh Melalui Media *online*. penelitian berfokus pada bagaimana fenomena pencarian jodoh melalui media *online* dengan menggunakan teori *new media*. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fenomenologi, teknik pengumpulan data melalui indepth interview. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa motif yang digunakan dalam pencarian jodoh melalui media *online* karena rasa ingin tahu, mencari pasangan yang diinginkan sesuai dengan kriteria dan hanya sebatas mengisi waktu luang saja. Interaksi yang terjadi pun bermacam-macam ada yang memulai pembicaraan hanya dengan chat tapi ada yang memulai dengan chat dan berlanjut ke pertemuan. Banyak yang memaknai Tinder sebagai media hiburan, media yang membantu mendapatkan teman baru dan juga media pengisi waktu luang.

Rujukan penelitian kedua yaitu skripsi dari Aburizal ramadhan, Universitas Pasundan, dengan judul skripsi Fenomena Penggunaan Aplikasi Gofood Sebagai

Layanan Food Delivery Dikalangan Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan Bandung. Tujuan dan kegunaan penelitian adalah untuk mengetahui fenomena penggunaan aplikasi go food yang ada di kalangan mahasiswa Fisip Universitas Pasundan, bagaimana motif, tindakan penggunaan go food serta bagaimana mahasiswa memaknai aplikasi gofood. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah fenomenologi, dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Hasil penelitian, motif pengguna gofood dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan ialah bermacam-macam, seperti motif gofood itu lebih mudah dan praktis dalam membeli makanan secara online dan penggunaan aplikasi gofood sebagai alat untuk memudahkan kita ketika malas untuk keluar rumah. Selanjutnya, tindakan penggunaan gofood dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan Bandung ialah mereka memulai tindakan untuk menggunakan gofood ini mencoba karena penasaran dan dari temannya yang sudah terlebih dahulu menggunakan aplikasi gofood. Kemudian, makna pengguna gofood dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan ialah bahwa seluruh informan memaknai dengan adanya gofood yang merupakan salah satu kemajuan dari teknologi komunikasi sebagai aplikasi pesan antar makanan yang memudahkan bagi penggunanya.

Rujukan penelitian ketiga yaitu skripsi dari Dede Yusuf Apriandi Mahasiswa Universitas Pasundan dengan judul skripsi Penggunaan *E-Commerce* Bukalapak Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena pengguna *E-commerce* Bukalapak yang ada dikalangan masyarakat di kota Bandung, bagaimana makna penggunaan bukapolak bagi masyarakat kota Bandung, serta bagaimana masyarakat kota Bandung dapat percaya belanja online

di bukalapak. Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah fenomenologi, dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan (*field observation*) dan wawancara mendalam (*depth interview*). Pemilihan informan dilakukan melalui proses *online* dan *offline*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa perilaku penggunaan *E-commerce* dikalangan masyarakat kota Bandung ialah bermacam – macam, seperti perilaku komunikasi dalam hal penawaran dengan motif agar mendapatkan harga yang di inginkan, Bukalapak itu lebih merakyat dibandingkan *E-commerce* yang lain, Bisa mendapatkan barang yang sulit ditemukan dipasaran, dan ada juga yang tidak memiliki waktu untuk berbelanja *offline*. Selanjutnya, perilaku penggunaan *E-commerce* Bukalapak dikalangan masyarakat kota Bandung ialah mereka ada yang menggunakan *E-commerce* untuk pembayaran listrik dan tiket agar mendapat *cashback* dari promo yang ada, ada juga yang menggunakan bukalapak Untuk membeli kuota dan pulsa, barbagai macam keperluan barang dan ada juga yang menggunakan bukalapak sebagai sarana penjualan kembali barang yang sudah tidak terpakai.

Rujukan penelitian keempat yaitu skripsi Nurul Fauziah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, dengan judul Internet sebagai Media Fundraising. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana website Kitabisa.com.com digunakan sebagai media fundraising. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek atau sumber data dari penelitian ini adalah *crew* Kitabisa.com.com dan *website* Kitabisa.com.com. Hasil dari penelitian ini adalah, fitur

penggalangan dana dapat digunakan dalam mengirimkan permintaan dengan lebih jelas dan terperinci. Hyperlink atau URL khusus memudahkan penggalangan dana untuk menyebarkan informasi. Situs web Kitabisa.com adalah platform terbuka yang menyediakan media saja. Fitur pembaruan pada Kitabisa.com digunakan untuk melaporkan aktivitas apa pun yang telah dilakukan penggalangan dana, sehingga dapat dipercaya. Ini juga dapat digunakan untuk mengucapkan terima kasih kepada para donor.

Tabel 2.1
Review Penelitian Terdahulu

Nama peneliti	Judul	Teori	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Asri Wahyuni Suparman (Universitas Pasundan,2018)	Fenomena Pencarian Jodoh Melalui Media Online	Fenomeno logi	Kualitatif dengan teori Fenomenologi Alferd Schutz	Motif yang digunakan dalam pencarian jodoh melalui media online karena rasa ingin tahu, mencari pasangan yang diinginkan sesuai dengan kriteria dan hanya sebatas mengisi waktu luang saja .Interaksi yang terjadi pun bermacam-macam ada yang memulai pembicaraan hanya denganchat tapi ada yang memulai dengan chat dan berlanjut kepertemuan .Banyak yang	1) Sama-sama menggunakan jaringan internet 2) menggunakan aplikasi untuk mengaksesnya	1) fungsi dari aplikasi

				memaknai Tinder sebagai media hiburan, media yang membantu mendapatkan teman baru dan juga media pengisi waktu luang.		
Aburizal ramadhan (Universitas Pasundan, 2018)	Fenomena Pengunaan Aplikasi Gofood Sebagai Layanan Food Delivery Dikalangan Mahasiswa	Fenomeno logi	Kualitatif dengan teori Fenomenologi Alferd Schutz	Motif pengguna gofood dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan ialah bermacam-macam, seperti motif gofood itu lebih mudah dan praktis dalam membeli makanan secara online dan penggunaan aplikasi gofood sebagai alat untuk memudahkan kita ketika malas untuk keluar rumah. Selanjutnya, tindakan penggunaan gofood dikalangan	1) Sama-sama menggunakan aplikasi melalui jaringan internet 2) menggunakan aplikasi untuk dapat mengaksesnya	1). Perbedaannya layanan yang ditawarkan aplikasi 2). Subjek penelitian yang diteliti

	Fisip Universitas Pasundan Bandung			mahasiswa Universitas Pasundan Bandung ialah mereka memulai tindakan untuk menggunakan gofood ini mencoba karena penasaran dan dari temannya yang sudah terlebih dahulu menggunakan aplikasi gofood. Kemudian, makna pengguna gofood dikalangan mahasiswa Universitas Pasundan ialah bahwa seluruh informan memaknai dengan adanya gofood yang merupakan salah satu kemajuan dari teknologi komunikasi sebagai aplikasi pesan		
--	---	--	--	---	--	--

				antar makanan yang memudahkan bagi penggunaannya.		
Dede Yusuf Apriani (Universitas Pasundan, 2018)	Penggunaan E-Commerce Bukalapak Di Kalanagn Masyarakat Kota Bandung	Fenomenologi	Kualitatif dengan teori Fenomenologi Alferd Schutz	Motif dari penggunaan bukalapak karena aplikasi murah dan mudah untuk digunakan. Tindakan belanja <i>simple</i> , hemat waktu. Maknanya bukalapak, terpercaya, murah, mudah, aman, dan menghemat waktu.	1). Sama-sama menggunakan jaringan internet 2). Menggunakan website dan juga aplikasi untuk bertransaksi	1). Perbedaannya terdapat subjek penelitian dan penyaluran kebutuhan dana yang tersalurkan
Nurul Fauziah (Universitas Islam Negeri)	Internet Sebagai	Fenomenologi	Deskriptif Kualitatif pada penggunaan	Fitur penggalangan dana dapat digunakan dalam mengirimkan permintaan dengan lebih jelas dan	1). Sama-sama meneliti tentang penyaluran dana	1). Perbedaannya terdapat pada subjek penelitian.

Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)	Media Fundraising		Website Kitabisa.com.com	terperinci. Hyperlink atau URL khusus memudahkan penggalangan dana untuk menyebarkan informasi. Situs web Kitabisa.com adalah platform terbuka yang menyediakan media saja. Fitur pembaruan pada Kitabisa.com digunakan untuk melaporkan aktivitas apa pun yang telah dilakukan penggalangan dana, sehingga dapat dipercaya. Ini juga dapat digunakan untuk mengucapkan terima kasih kepada para donor.	melalui media online	
--	----------------------	--	-----------------------------	---	-------------------------	--

Sumber: repository.unpas.ac.id , repository.UIN sunan Kalijaga Yogyakarta.ac.id

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya. Maka dari itu komunikasi adalah suatu kebutuhan dasar bagi kehidupan manusia. Komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna, kesamaan makna disini sesuatu yang dikomunikasikan, karena komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan atau dikomunikasikan. Suatu percakapan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan (Uchjana,2005). Percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila antar individu yg terlibat dalam percakapan, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menyatakan :

“Ilmu Komunikasi sifatnya interdisipliner atau multidisipliner, ini disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama termasuk kedalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan” (Effendy,2004,h.3).

Sedangkan Menurut Harold Lasswell cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi dan bisa disebut komunikasi yang efektif ialah komunikasi yang bisa menjawab pertanyaan, *Who /* siapa, *Say What* yaitu komunikasi tersebut berbicara tentang apa, *In Which Channel /* pada media apa pesan itu disampaikan, *To Whom /* komunikasi disampaikan untuk siapa, *With What Effect* yaitu apa efek atau dampak dari komunikasi tersebut. Paradigma Lasswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni; komunikator atau penyampai pesan, pesan, media, komunikan atau penerima pesan dan efek. Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Uchjana,2011).

2.2.1.1. Bentuk-bentuk Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar menyatakan bahwa Bentuk-bentuk komunikasi, diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intapersonal Communication*) Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.
2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*) Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi
3. Komunikasi Kelompok (*group communication*) Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka

sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut.

4. **Komunikasi Publik** (*public communication*) Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.
5. **Komunikasi Organisasi** (*Organizational Communication*) Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi didalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gossip.
6. **Komunikasi Massa** (*Mass Commnication*) Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2010, h.80-83).

2.2.1.2. Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi Kegiatan komunikasi yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa tujuan komunikasi, yaitu :

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*Behavior change*)
4. Perubahan sosial (*Social change*) (Effendy, 2003)

Dari empat poin yang dikemukakan diatas tersebut oleh Onong Uchjana effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun dalam bertindak.

2.2.1.3. Fungsi Komunikasi

Pada umumnya komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa fungsi komunikasi yaitu :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy,2003).

Dari poin diatas, dapat disimpulkan bahwa biasanya selalu ada dan terkandung pada setiap pesan yang disampaikan, baik melalui media cetak atau elektronik ataupun pada lisan dan tulisan. Penyampaian informasi ini merupakan hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari, mendidik

(*to educate*) biasanya fungsi ini dilakukan oleh orang yang berprofesi sebagai pengajar (guru, dosen), hiburan merupakan salah satu fungsi komunikasi. yang cukup diminati karena adanya *factor* kesenangan, mempengaruhi (*to influence*) biasanya bersatu dengan penyampaian informasi.

2.2.2. Internet

Perkembangan globalisasi saat ini telah membawa kepentingan ekonomi dan kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi informasi telah menjadikan internet sebagai bagaian utama. Teknologi internet ditemukan menjelang masuknya abad ke-21. Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking* yang berarti sebuah jaringan komputer global yang menghubungkan jutaan komputer di seluruh dunia (melalui jaringan komunikasi satelit global dan kabel telepon lokal) sehingga setiap komputer yang terkoneksi di dalamnya dapat berkomunikasi atau bertukar data tanpa dibatasi jarak, waktu dan tempat. Internet merupakan hubungan antara berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP (*Transmission Control/Internet Protocol*) (Supriyanto, 2008).

Model koneksi internet itu sendiri dapat dilakukan pada komputer pribadi maupun jaringan LAN/WAN. Defenisi LAN/WAN menurut (Nugroho,2008) antara lain, LAN (*Local Area Network*) suatu jaringan yang terbentuk dengan menghubungkan beberapa komputer yang berdekatan yang berada pada suatu ruang atau gedung yang terkoneksi ke internet gateway. WAN (*Wide Area Network*) adalah format jaringan dimana suatu komputer dihubungkan dengan yang

lainnya melalui sambungan telepon. Data dikirim dan diterima oleh atau dari suatu komputer ke komputer lainnya lewat sambungan telepon.

Dalam prakteknya, internet memunculkan istilah baru, yakni dunia maya. Sedangkan dunia di mana kita hidup disebut dunia nyata. Internet berada di antara keduanya. Karena salah satu fungsi internet adalah sebagai penghubung antara dunia nyata dengan dunia maya. Dunia maya adalah tempat para pengguna internet berkomunikasi. Sehingga internet menjadi sebuah jaringan komunikasi global. Berjuta orang di seluruh dunia menggunakan internet untuk berbagai hal, mulai keperluan pribadi, organisasi, sampai keperluan perusahaan. Masyarakat Indonesia di berbagai daerah juga sudah banyak yang menggunakan internet. Tidak hanya di perusahaan, penggunaan internet juga masuk ke sekolah-sekolah sebagai sarana penting dalam kegiatan pembelajaran. Akses internet bahkan sudah mudah digunakan di rumah rumah.

Dari berbagai informasi mengenai internet di atas, maka dapat disimpulkan bahwa internet adalah jaringan komunikasi dan sumber daya informasi yang bersifat global yang memungkinkan para penggunanya saling terhubung satu sama lain dengan bantuan sebuah program kecil bernama browser.

Jaringan internet sangat memberikan keuntungan yang beragam dimana dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk membantu kegiatan berbagai aspek kehidupan.

2.2.2.1. Dampak Internet

Dampak dari internet ini tentu banyak yang dirasakan dalam era digital ini, baik dampak positif maupun dampak negatifnya antara lain:

A. Dampak Positif

- a) Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengaksesnya.
- b) Tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berorientasi pada teknologi digital yang memudahkan proses dalam pekerjaan kita.
- c) Munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat.
- d) Meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.
- e) Munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan *online*, media pembelajaran *online*, diskusi *online* yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan.
- f) Munculnya e-bisnis seperti toko *online* yang menyediakan berbagai barang kebutuhan dan memudahkan mendapatkannya.

B. Dampak Negatif

- a) Ancaman pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) karena akses data yang mudah dan menyebabkan orang plagiat akan melakukan kecurangan.
- b) Ancaman terjadinya pikiran pintas dimana anak-anak seperti terlatih untuk berpikir pendek dan kurang konsentrasi.
- c) Ancaman penyalahgunaan pengetahuan untuk melakukan tindak pidana seperti menerobos sistem perbankan, dan lain-lain (menurunnya moralitas).

- d) Tidak mengefektifkan teknologi informasi sebagai media atau sarana belajar, misalnya seperti selain men-download *e-book*, tetapi juga mencetaknya, tidak hanya mengunjungi perpustakaan digital, tetapi juga masih mengunjungi gedung perpustakaan, dan lain-lain.

2.2.3. Website

Website adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai *computer* yang terhubung ke internet. Website atau situs dapat diartikan juga sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). sedangkan pengertian lain menyebutkan bahwa website adalah rangkaian atau sejumlah halaman web di internet yang memiliki topik saling berkaitan untuk mempresentasikan suatu informasi (Ginancar, 2014).

2.2.3.1. Unsur-unsur website

Untuk menyediakan keberadaan sebuah website, maka harus tersedia unsur-unsur penunjangnya, adalah sebagai berikut:

1. Nama domain (*Domain name/URL - Uniform Resource Locator*)

Pengertian Nama domain atau biasa disebut dengan Domain Name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet. Contoh: [s](#).

Nama domain diperjualbelikan secara bebas di internet dengan status sewa tahunan. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi/akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan website tersebut. Contoh nama domain ber-ekstensi internasional adalah com, net, org, info, biz, name, ws. Contoh nama domain ber-ekstensi lokasi Negara Indonesia adalah co.id (untuk nama domain website perusahaan), ac.id (nama domain website pendidikan), go.id (nama domain website instansi pemerintah), or.id (nama domain website organisasi).

2. Rumah tempat website (Web hosting)

Pengertian Web Hosting dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di website. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya web hosting yang disewa/dipunyai, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam website. Web Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya hosting ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB(Mega Byte) atau GB(Giga Byte). Lama penyewaan web hosting rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa web hosting yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun Luar Negeri.

3. Bahasa Program (Scripts Program)

Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam website yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah website. Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat website semakin dinamis, dan interaktif serta terlihat bagus. Beragam bahasa program saat ini telah hadir untuk mendukung kualitas website. Jenis jenis bahasa program yang banyak dipakai para

desainer website antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java applets dsb. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktif nya situs. Bahasa program ASP, PHP, JSP atau lainnya bisa dibuat sendiri. Bahasa program ini biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, email, mailing list dan lain sebagainya yang memerlukan update setiap saat.

4. Desain website

Setelah melakukan penyewaan domain name dan web hosting serta penguasaan bahasa program (scripts program), unsur website yang penting dan utama adalah desain. Desain website menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website. Untuk membuat website biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa website designer. Saat ini sangat banyak jasa web designer, terutama di kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas designer. Semakin banyak penguasaan web designer tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa web designer ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas designer.

5. Publikasi Website

Keberadaan situs tidak ada gunanya dibangun tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung internet. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk. Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat memerlukan apa yang disebut publikasi atau promosi. Publikasi situs di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan pamflet-pamflet, selebaran, baliho dan lain sebagainya tapi cara ini

bisa dikatakan masih kurang efektif dan sangat terbatas. Cara yang biasanya dilakukan dan paling efektif dengan tak terbatas ruang atau waktu adalah publikasi langsung di internet melalui search engine-search engine (mesin pencari, seperti: Yahoo, Google, Search Indonesia, dsb). Cara publikasi di search engine ada yang gratis dan ada pula yang membayar. Yang gratis biasanya terbatas dan cukup lama untuk bisa masuk dan dikenali di search engine terkenal seperti Yahoo atau Google. Cara efektif publikasi adalah dengan membayar, walaupun harus sedikit mengeluarkan akan tetapi situs cepat masuk ke search engine dan dikenal oleh pengunjung.

6. Pemeliharaan Website

Untuk mendukung kelanjutan dari situs diperlukan pemeliharaan setiap waktu sesuai yang diinginkan seperti penambahan informasi, berita, artikel, link, gambar atau lain sebagainya. Tanpa pemeliharaan yang baik situs akan terkesan membosankan atau monoton juga akan segera ditinggal pengunjung. Pemeliharaan situs dapat dilakukan per periode tertentu seperti tiap hari, tiap minggu atau tiap bulan sekali secara rutin atau secara periodik saja tergantung kebutuhan (tidak rutin). Pemeliharaan rutin biasanya dipakai oleh situs-situs berita, penyedia artikel, organisasi atau lembaga pemerintah. Sedangkan pemeliharaan periodik biasanya untuk situs-situs pribadi, penjualan/e-commerce, dan lain sebagainya.

2.2.4. *Financial Technology* / Teknologi Keuangan

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial Technology (FinTech)* sebagai hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. *Fintech* muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini

didominasi oleh pengguna teknologi informasi dan tuntutan hidup yang serba cepat. Dengan *Fintech*, permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer dana, keengganan mengunjungi suatu tempat karena pelayanan yang kurang menyenangkan dapat diminimalkan. Dengan kata lain, *FinTech* membantu transaksi jual beli dan sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif.

Carney (2016) menyatakan bahwa inovasi dalam sektor keuangan akan mengubah fondasi bank sentral dan membawa revolusi bagi setiap pengguna jasa keuangan. McKinsey (2016) mendefinisikan fintech atau keuangan digital sebagai jasa keuangan yang diantarkan melalui infrastruktur digital—termasuk telepon seluler dan internet—dengan penggunaan yang minim dari uang tunai dan cabang bank tradisional. Telepon seluler, komputer, atau kartu yang digunakan lewat pointof-sale (POS) devices menghubungkan individu dan bisnis ke infrastruktur pembayaran nasional digital sehingga memungkinkan transaksi tak terbatas antara semua pihak. Sedangkan Pribadiono, Hukum, Esa, & Barat (2016), menyatakan bahwa *Financial Technology* (Fintech) merupakan perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi modern. Jadi fintech dianggap sebagai sebuah solusi pada bidang keuangan yang berguna untuk mempermudah masyarakat dalam proses pembayaran.

2.2.4.1. Jenis Layanan *Financial Technology* (*Fintech*)

Menurut Hsueh & Kuo (2017), *Financial technology* dapat digolongkan menjadi tiga tipe, yaitu:

- A. Sistem pembayaran pihak ketiga, merupakan sistem pembayaran melalui pihak ketiga. Contoh: sistem pembayaran mobile, *platform* pembayaran yang menyediakan jasa seperti transfer dan pembayaran bank.
- B. Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI) adalah salah satu inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung. Mekanisme transaksi pinjam meminjam dilakukan melalui sistem yang telah disediakan oleh Penyelenggara *Fintech Lending*, baik melalui aplikasi maupun laman *website* salah satu *website* nya yaitu akseleran.com.
- C. *Crowdfunding*, merupakan tipe *Fintech* di mana sebuah konsep atau produk seperti desain, program, konten, dan karya kreatif dipublikasikan secara umum dan bagi masyarakat yang tertarik dan ingin mendukung konsep atau produk tersebut dapat memberikan dukungan secara finansial. *Crowdfunding* dapat digunakan untuk mengurangi kebutuhan finansial kewirausahaan, dan memprediksi permintaan pasar.

2.2.4.2. *Fintech Crowdfunding*

Crowdfunding adalah bentuk penggalangan dana secara terbuka melalui internet, menggunakan teknologi web transaksi secara online antara kreator dan orang yang menyumbangkan uangnya untuk berbagai jenis usaha, baik berupa ide produk, bisnis, atau kegiatan, yang dananya diperoleh dari sumbangan masyarakat banyak. Inspirasi munculnya crowdfunding berasal dari konsep micro-finance dan crowdsourcing.

Ciri khas dari crowdfunding adalah pengumpulan dana bernominal kecil hingga sedang dari banyak orang untuk suatu kepentingan yang umumnya menarik hati banyak orang (Ordanini, 14 2009). Pengertian yang kurang lebih sama juga disampaikan oleh Barrette (2011) yang mendefinisikan crowdfunding sebagai pendekatan keuangan kolektif yang memungkinkan individu-individu mengumpulkan sumberdaya yang dimiliki untuk mendanai suatu proyek yang diminati. Valanciene & Jegeleviciute (2014) mendefinisikan crowdfunding sebagai sebuah metode untuk menghubungkan antara entrepreneur yang menginginkan peningkatan modal dan investor baru yang memiliki sumber daya modal dan ingin berinvestasi dalam jumlah yang kecil melalui entitas intermediari berbasis internet.

Bradford (2012) membedakan crowdfunding dalam beberapa kategori model. crowdfunding dibedakan menjadi lima kategori, yaitu:

a. Situs Model Donasi

Kontributor dalam situs donasi tidak mengharapkan imbalan atas kontribusinya. Biasanya model donasi ini diterapkan pada institusi amal atau non-profit.

b. Situs Model Penghargaan (Reward) dan Pra-pembelian

Situs yang menggunakan model reward dan pra-pembelian memiliki kesamaan dan cenderung muncul di situs yang sama. Model reward menawarkan pada kontributor imbalan atas kontribusinya, tapi tidak tertarik terhadap hasil atau keuntungan dari produksi. Model pra-pembelian hampir mirip dengan model reward yaitu kontributor tidak mendapat bagian keuntungan dari produksi akan tetapi mereka mendapatkan produk yang dibuat.

c. Situs Model Pinjaman

Situs yang menggunakan model pinjaman kontributor hanya menyediakan pendanaan untuk sementara dan mengharapkan pengembalian atas dana yang dipinjamkan. Dalam beberapa kasus kontributor menerima bunga atas dana yang dipinjamkannya.

d. Situs Ekuitas

Situs Model ekuitas memberikan bunga kepada kontributor atas pengembalian usaha yang mereka bantu.

Terdapat tiga pihak utama yang menjadi pemegang kepentingan (stakeholders) yaitu entrepreneur, platform crowdfunding, dan investor (backers). Para pemegang kepentingan utama tersebut memiliki peran dan kepentingan masing-masing. Alur pertama dimulai dari entrepreneur (bisnis atau start up) mengajukan ide, permintaan pendanaan melalui platform crowdfunding lalu menjanjikan return pada investor. Backers (investor) melihat peluang investasi yang ditawarkan oleh entrepreneur lalu memberikan komitmennya untuk mendanai ataupun memberi saran. Platform crowdfunding berperan sebagai lembaga perantara yang mempertemukan antara investor dan backers (Valanciene & Jegeleviciute, 2014).

Crowdfunding sebagai fenomena di era digital media memiliki berbagai perkembangan dari tahun ke tahun. Amerika Serikat sebagai negara dengan raksasa internet dan teknologi memulai debutnya pada tahun 2008 dengan berdirinya situs crowdfunding terbesar di dunia yakni Kickstarter dan Indiegogo pada tahun 2008. Keberadaan dua situs crowdfunding tersebut menjadi katalis bagi berkembangnya industri crowdfunding di dunia terutama di Amerika.

Pada tahun 2013, mulai bermunculan beberapa situs crowdfunding di Indonesia seperti Wujudkan.com, Patungan.com, Ayopeduli.com, GandengTangan.com hingga Kitabisa.com.com

yang banyak memfasilitasi proyek non-profit seperti pertunjukan seni, pendidikan, budaya dan kesehatan.

2.2.5. Kitabisa.com

Kitabisa.com.com adalah platform untuk menggalang dana dan berdonasi secara online (crowdfunding). Kitabisa.com juga disebut sebagai situs penghubung kebaikan yang mempertemukan para pelaku kegiatan sosial dengan para donatur urunan. Di dunia, ide ini dikenal dengan istilah crowdfunding. Di Kitabisa.com, oleh anak-anak muda, ide ini dimodifikasi dengan memfasilitasi ide/kegiatan sosial dan mempertemukannya pada orang-orang baik di seluruh penjuru negeri. Bagi pemilik ide/kegiatan sosial, proyek sosial yang diajukan bisa berbentuk apa saja, mulai dari pembangunan/perbaikan ruang sekolah/infrastruktur publik (jembatan, bangunan, jalan, dll), pendidikan, rumah baca, kesehatan, kesenian/kebudayaan, kepedulian, kerukunan, kampanye/gerakan sosial, kewirausahaan, komunitas, dan lain sebagainya.

Munculnya Kitabisa.com berawal dari keinginan membuat gerakan sosial, pada 2013 Alfatih Timur (Timmy) membuat Kitabisa.com sebagai wadah bagi siapapun yang ingin mewujudkan proyek sosialnya. Seiring waktu, Kitabisa.com bertransformasi menjadi platform galang dana dan berdonasi secara online. Kitabisa.com sangat memegang teguh unsur keamanan dalam menyebarkan kebaikan. Karena itu, Kitabisa.com memiliki izin PUB (Pengumpulan Uang dan Barang) dari Kementerian Sosial untuk kategori umum dan kategori bencana alam. Kitabisa.com rutin memperbaharui izin PUB (Penggalangan Uang dan Barang) dari Kementerian Sosial. Baca selengkapnya disini. Tak hanya itu, sebagai bentuk transparansi, Kitabisa.com juga rutin diaudit oleh Kantor Akuntan Publik dengan hasil Wajar Tanpa Pengecualian (WTP).

Kitabisa.com.com sebagai social enterprise mengenakan biaya administrasi sebesar 5% dari total donasi terkumpul kepada pihak yang menggalang dana di Kitabisa.com - kecuali untuk kategori bencana alam dan zakat (0%). Model ini sudah dipastikan sesuai dengan aturan yang berlaku di Republik Indonesia maupun secara Syariat Islam.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Fenomenologi

Fenomenologi adalah studi mengenai bagaimana manusia mengalami kehidupannya di dunia. Teori ini melihat objek dan peristiwa dari perspektif orang yang mengalami. Realitas dalam fenomenologi selalu merupakan bagian dari pengalaman sadar seseorang. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, "phainomai" yang berarti "menampak" dan "phainomenon" merujuk "pada yang menampak". Phenomenon juga dapat diartikan sebagai kemunculan suatu objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seorang individu.

Kuswarno dalam bukunya fenomenologi menyatakan bahwa

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

Asumsi dari fenomenologi menurut Little John adalah interpretasi dari pengalaman-pengalaman pribadi seseorang, seperti berikut ini, Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya” (Littlejohn, 2009).

2.3.2. Sejarah Fenomenologi

Fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel Kant mulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Fichte dan G.W.F.Hegel. Pada tahun 1889, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Hesserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Fenomenologi dicetuskan secara intens sebagai kajian filsafat pertama kali oleh Edmund Husserl (1859-1938), sehingga Husserl sering dipandang sebagai bapak Fenomenologi. Pada abad ke-18 pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pengindraan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

1. Fenomenologi alfred schutz

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

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

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

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

2. *The postulate of subjective interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)

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

3. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan)

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

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

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

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

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari the life world ini, yaitu pertama, wide-awakeness (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, reality (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang

berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Dalam *the life world* ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep ‘dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’. Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *stock of knowledge* terdiri dari *knowledge of skills* dan *useful knowledge*. *stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada content (isi), meaning (makna), intensity (intensitas), dan duration (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (*science*), khususnya ilmu sosial.

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

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

Realitas intersubjektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu:

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

Beberapa tipifikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubektivitas, antara lain :

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

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

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

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

b. *The insider* (orang dalam)

Seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti 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 sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam dari saya.

c. *The analyst* (analisis)

Seseorang yang 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 yaitu”

1. perhatian terhadap aktor.
2. perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (natural attitude).
3. memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
4. memperhatikan pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan. Berusaha memahami bagaimana keteraturan dalam masyarakat diciptakan dan dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

2.4. Kerangka Pemikiran

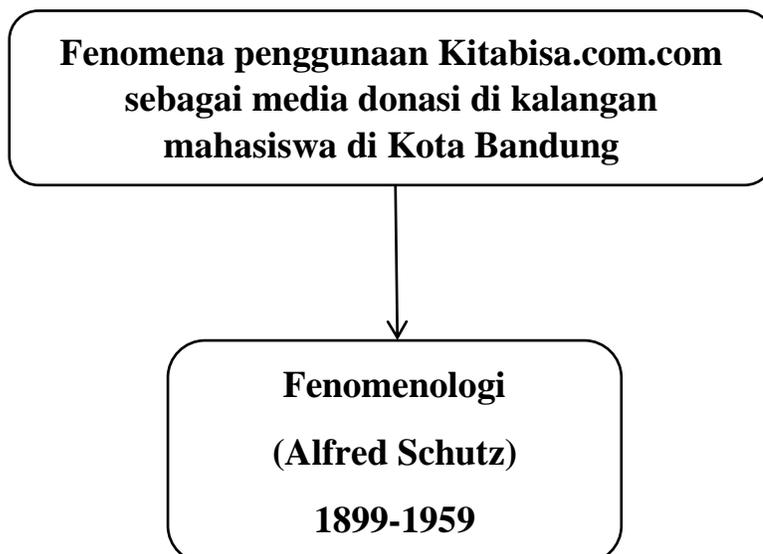
Penelitian ini berjudul Fenomena penggunaan Kitabisa.com.com sebagai media donasi di kalangan mahasiswa di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran, melihat dasar pemikiran Schutz mengenai fenomenologi, maka dari itu penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini. Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya.

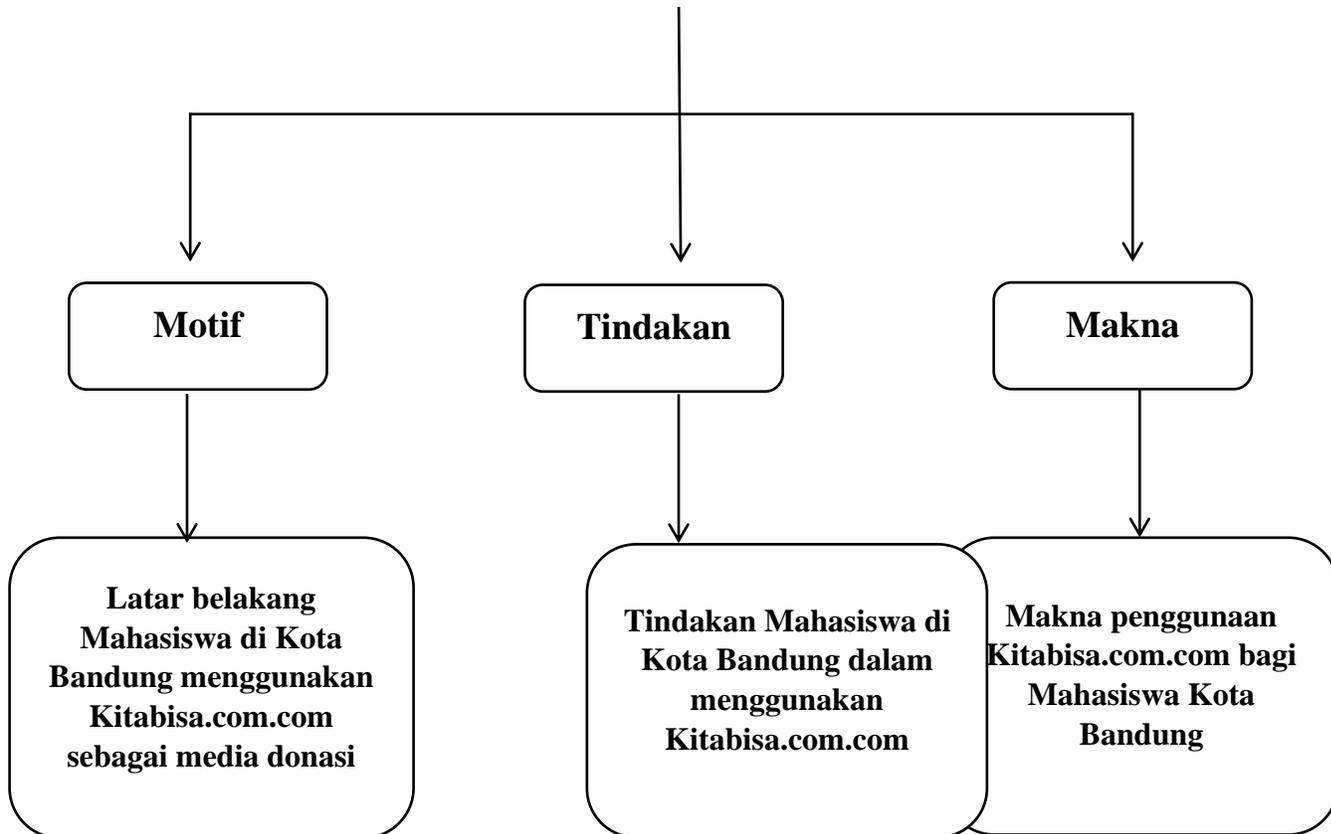
Motif dibagi menjadi dua, yaitu motif sebab dan motif tujuan, motif sebab adalah latar belakang mahasiswa di kota bandung menggunakan Kitabisa.com.com sebagai media donasi. Motif tujuan adalah tujuan yang ingin dicapai oleh mahasiswa dalam penggunaan Kitabisa.com.com. Motif membuat seseorang melakukan tindakan, apa sebab seseorang melakukan tindakan tersebut dan apa tujuan yang ingin di capai nya. Begitupun apa tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk dapat mencapai tujuan nya. Sehingga dapat memunculkan makna akibat dari motif dan tindakan yang dilakukan mahasiswa di kota bandung dalam menggunakan Kitabisa.com.com.

Fenomena yang terjadi di masyarakat dapat membuat suatu hal menjadi fenomena dikarenakan tindakan dari seseorang bisa saja merupakan suatu tindakan peniruan atau hanya rasa penasaran terhadap suatu hal yang menjadi sebuah fenomena.

Tindakan manusia yang melakukan peniruan dari tindakan orang lainnya dapat membuat suatu hal menjadi fenomena dikalangan masyarakat atas tindakan manusia itu sendiri.

Tabel kerangka pemikiran 2.2





Sumber : Alfred Shutz dan hasil modifikasi peneliti & pembimbing 2020