

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Kajian Literatur**

##### **2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Review penelitian merupakan salah satu referensi yang diambil peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan, antara lain sebagai berikut :

1. Skripsi milik Muhammad Syaeful Bahri, Mahasiswa Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Snapchat Sebagai Eksistensi Diri Di Dunia Maya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fenomena penggunaan media sosial snapchat sebagai eksistensi diri di dunia maya. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa, media sosial snapchat dipengaruhi oleh zaman, karena mungkin sebentar lagi snapchat sudah tidak akan menjadi fenomena di kalangan mahasiswa. Motif dari pengguna snapchat tidak mengatakan bahwa mereka menggunakan ini karena ingin eksis. Motif mereka sebagian besar karena terpengaruhi orang lain. Tindakan ada karena disebabkan motif, peneliti menilai tindakan yang diambil oleh informan berbeda-beda diantaranya

penasaran dengan kehidupan orang lain, ingin share keseharian atau kehidupan kita, ingin mencoba filter-filter lucu, dan membuat video yang lucu. Makna yang dirasakan oleh para pengguna snapchat ini berbeda-beda. Tetapi secara keseluruhan mereka mengatakan hal yang hampir sama dan tidak jauh berbeda intinya, seperti aplikasi snapchat sebagai penyebar informasi makanan, karena rata-rata orang-orang upload foto atau video tentang makanan, dan tempat-tempat bagus atau wisata maka dari itu snapchat bermakna sebagai informasi makanan dan juga tempat bagus dan wisata. Tak hanya itu, ternyata informan mengatakan bahwa snapchat bermakna sebagai komunikasi untuk eksistensi diri di dunia maya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori fenomenologi Alfred Schutz.

2. Skripsi milik Rifa Yunistia Raning, Mahasiswa Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Fenomena Pengguna Aplikasi V Live Broadcasting Di Komunitas Korea Hansamo Bandung” bertujuan untuk mengetahui motif, tindakan dan makna dari penggunaan aplikasi v live broadcasting di komunitas korea hansamo badung. Peneliti menarik kesimpulan bahwa, motif para pengguna di komunitas korea hansamo bandung dalam menggunakan aplikasi v live broadcasting karena v live broadcasting merupakan aplikasi media sosial berbasis live streaming sebagai alat untuk mencari informasi dan hiburan. Peneliti menilai tindakan yang diambil oleh

pengguna aplikasi di komunitas korea hansamo bandung berdasarkan mengikuti idola korea selatan favoritnya. Makna yang dirasakan oleh para pengguna aplikasi v live broadcasting ini beraneka ragam. Seperti aplikasi v live streaming itu merupakan aplikasi media sosial yang berbasis live streaming sebagai alat untuk melihat kegiatan dari para idol korea selatan. Semua informan setuju bila peneliti menyatakan kalau aplikasi v live broadcasting itu sebagai aplikasi untuk mencari hiburan dan informasi karena informan telah mencobanya sendiri. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, teknik pengumpulan data yaitu studi pustaka, dan studi lapangan, meliputi observasi dan wawancara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa, teori *computer mediated communication* (CMC), dan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz.

3. Skripsi milik Ditha Paramitha, Mahasiswa Universitas Pasundan, Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Fenomena Perilaku Remaja Broken Home Di SMA BPI Kota Bandung” bertujuan untuk mengetahui faktor penyebab, perubahan perilaku, dan dampak broken home terhadap remaja. Peneliti menarik kesimpulan bahwa faktor penyebab utama broken home adalah teradinya perceraian, tidak adanya rasa tanggung jawab dari orang tua, adanya masalah ekonomi dan ketidakdewasaan sikap orang tua dalam membangun sebuah mahligai rumah tangga yang harmonis. Tanpa disadari kondisi keluarga broken home ini akan sangat mempengaruhi psikologis dan

berdampak pada perilaku remaja tersebut di lingkungan. Perubahan perilaku yang terjadi pada remaja broken home bukanlah tanpa alasan, terdapat beberapa faktor didalamnya. Akibat rasa kekecewaan yang mendalam, gagalnya pendidikan norma-norma yang diajarkan didalam keluarga, ditambah lagi dengan pergaulan remaja paa zaman ini yang semakin memprihatinkan karena perkembangan tekonologi yang semakin marak pula akhirnya secara tidak sadar terjadi perubahan perilaku yang cukup signifikan pada remaja yang perlahan akan sedikit demi sedikit mengubah dirinya secara keseluruhan. Dampak yang ditimbulkan dari masalah ini pun cukup serius. Remaja yang berada dalam kondisi keluarga seperti ini dan sudah terlanjur kecewa dengan keadaan yang teradi akan mengungkapkan rasa kekecewaannya dengan membeontak, melakukan hal-hal yang dapat merusak dirinya sendiri, seperti, pergaulan bebas, tauran, narkoba, dugem dan lain hal sebagainya yang dapat memuat dirinya merasa nyaman kembali dan lega karena telah meluapkan kekesalan dalam dirinya yang terpendam. Subjek dari penelitian ini adalah siswa-siswi SMA BPI Kota Bandung yang merupakan remaja dengan latar belakang "broken home". Objek penelitian yang digunakan adalah siswa-siswi SMA BPI Kota Bandung yang berlatar belakang *broken home*, dengan kasus seperti terjadinya perceraian, tidak adanya keharmonisan keluarga karena pertengkaran yang disertai kekerasan dalam rumah tangga.

4. Jurnal yang di tulis oleh F. Yuni Apsari, Made Darmawan Rama dan Eli Prasetyo yang berjudul “Pemanfaatan Teknologi Bagi Generasi Millennial : Konseling Berbasis Teks Menggunakan Rilisiv-Aplikasi Android” bertujuan untuk menemukan model konseling yang tepat melalui aplikasi android. Penelitian terdiri dua tahap : 1) Menemukan kebutuhan pengembangan ketrampilan konseling berbasis teks yaitu microskill konseling dan teknik konseling berbasis teks. Tahap ini merupakan penelitian kualitatif dengan pengambilan data melalui wawancara konselor. 2) Berdasar hasil tahap 1, dirancang model pengembangan ketrampilan konseling berbasis teks. Hasil penelitian merancang 5 Modul yaitu konsep konseling berbasis teks, pendekatan konseling, microskill konseling, teknik helping model, studi kasus konseling online. Modul yang dikembangkan menjadi alternatif model konseling berbasis teks melalui aplikasi android sebagai alternatif model bagi generasi Millennial yang memerlukan bantuan jasa konseling psikologi dengan kemudahan akses internet atau melalui android.

#### 2.1.1.1. Penelitian Pertama

Tabel 2.1  
Tabel Penelitian Pertama

No.	Skripsi	
1.	Nama Peneliti	Muhammad Syaeful Bahri

	<b>Judul Penelitian</b>	Penggunaan Media Sosial Snapchat Sebagai Eksistensi Diri Di Dunia Maya
	<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
	<b>Teori</b>	Studi Fenomenologi (Alfred Schutz)
	<b>Hasil Penelitian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motif dari pengguna snapchat tidak mengatakan bahwa mereka menggunakan ini karena ingin eksis, tetapi motif mereka sebagian besar karena terpengaruhi orang lain.</li> <li>• Tindakan yang diambil oleh informan berbeda-beda diantaranya penasaran dengan kehidupan orang lain, ingin share keseharian atau kehidupan kita, ingin mencoba filter-filter lucu, dan membuat video yang lucu.</li> <li>• Makna yang dirasakan oleh para pengguna snapchat ini sebagai penyebar informasi makanan, karena rata-rata orang-orang upload foto atau video tentang makanan, dan tempat-tempat bagus atau wisata maka dari itu snapchat bermakna sebagai informasi makanan dan juga tempat bagus dan wisata.</li> </ul>

	<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif.</li> <li>• Menggunakan teori yang sama yaitu studi fenomenologi Alfred Schutz.</li> <li>• Sama-sama meneliti suatu aplikasi.</li> </ul>
	<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Walaupun sama-sama meneliti suatu aplikasi, namun aplikasi yang diteliti berbeda yaitu peneliti pertama meneliti aplikasi snapchat.</li> <li>• Peneliti pertama meneliti tentang eksistensi diri di dunia maya.</li> </ul>

### 2.1.1.2. Penelitian Kedua

Tabel 2.2  
Tabel Penelitian Kedua

<b>No.</b>	<b>Skripsi</b>	
2.	<b>Nama Peneliti</b>	Rifa Yunisia Raning
	<b>Judul Penelitian</b>	Fenomena Pengguna Aplikasi V Live Broadcasting Di Komunitas Korea Hansamo Bandung
	<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
	<b>Teori</b>	Studi Fenomenologi (Alfred Schutz)

	<p><b>Hasil Penelitian</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motif para pengguna di komunitas korea hansamo bandung dalam menggunakan aplikasi v live broadcasting karena v live broadcasting merupakan aplikasi media sosial berbasis live streaming sebagai alat untuk mencari informasi dan hiburan.</li> <li>• Makna yang dirasakan oleh para pengguna aplikasi v live broadcasting ini beraneka ragam. Seperti aplikasi v live streaming itu merupakan aplikasi media sosial yang berbasis live streaming sebagai alat untuk melihat kegiatan dari para idol korea selatan.</li> <li>• Tindakan yang diambil oleh pengguna aplikasi di komunitas korea hansamo bandung berdasarkan mengikuti idola korea selatan favoritnya.</li> </ul>
	<p><b>Persamaan</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.</li> <li>• Menggunakan teori fenomenologi yang sama, yaitu teori fenomenologi dari Alfred Schutz.</li> <li>• Objek yang diteliti merupakan sebuah aplikasi.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama meneliti pengaruh penggunaan suatu aplikasi.</li> </ul>
	<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjek penelitian yang berbeda. Subjek dari peneliti kedua adalah komunitas korea hansamo bandung, sedangkan subjek yang dipilih oleh peneliti adalah mahasiswa kota bandung.</li> <li>• Meneliti aplikasi yang berbeda, yaitu aplikasi v live broadcasting.</li> </ul>

### 2.1.1.3. Penelitian Ketiga

Tabel 2.3  
Tabel Penelitian Ketiga

No.	Skripsi	
3.	<b>Nama Peneliti</b>	Ditha Paramitha
	<b>Judul Penelitian</b>	Fenomena Perilaku Remaja <i>Broken Home</i> Di SMA BPI Kota Bandung
	<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
	<b>Teori</b>	Studi Fenomenologi (Edmund Husserl)
	<b>Hasil Penelitian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor penyebab utama broken home adalah teradinya perceraian, tidak adanya rasa tanggung jawab dari orang tua, adanya masalah</li> </ul>

		<p>ekonomi dan ketidakdewasaan sikap orang tua dalam membangun sebuah mahligai rumah tangga yang harmonis.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Perubahan perilaku yang terjadi pada remaja broken home bukanlah tanpa alasan, terdapat beberapa factor didalamnya. Akibat rasa kekecewaan yang mendalam, gagalnya pendidikan norma-norma yang diajarkan didalam keluarga, ditambah lagi dengan pergaulan remaja paa zaman ini yang semakin memprihatinkan karena perkembangan tekonologi yang semakin marak pula akhirnya secara tidak sadar terjadi perubahan perilaku yang cukup signifikan pada remaja yang perlahan akan sedikit demi sedikit mengubah dirinya secara keseluruhan.</li><li>• Dampak yang ditimbulkan dari masalah ini pun cukup serius. Mengungkapkan rasa kekecewaannya dengan memberontak, melakukan hal-hal yang dapat merusak dirinya sendiri, seperti, pergaulan bebas, tauran,</li></ul>
--	--	--

		narkoba, dugem dan lain hal sebagainya yang dapat memuat dirinya merasa nyaman kembali dan lega karena telah meluapkan kekesalan dalam dirinya yang terpendam.
	<b>Persamaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memakai metode penelitian kualitatif.</li> <li>• Menggunakan teori fenomenologi.</li> </ul>
	<b>Perbedaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Walaupun mengambil teori fenomenologi, tetapi fenomenologi yang peneliti ketiga pakai berbeda, yaitu fenomenologi Edmund Husserl.</li> </ul>

#### 2.1.1.4. Penelitian Keempat

Tabel 2.4  
Tabel Penelitian Keempat

No.	Jurnal	
3.	<b>Nama Peneliti</b>	F. Yuni Apsari, Made Darmawan Rama dan Eli Prasetyo
	<b>Judul Penelitian</b>	Pemanfaatan Teknologi Bagi Generasi Millenial : Konseling Berbasis Teks Menggunakan Rilib-Aplikasi Android
	<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif

	<p><b>Hasil Penelitian</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bantuan psikologi melalui konseling berbasis teks dapat diterapkan dengan memanfaatkan teknologi yaitu menggunakan aplikasi android-Riliv.</li> <li>• Hasil penelitian tahap kedua ini menghasilkan 5 (lima) modul antara lain : 1) Modul konsep konseling berbasis teks; 2) Modul pemahaman pendekatan konseling psikologi dan penerapan kode etik psikologi; 3) Modul micro skill konseling dengan penerapan pada konseling berbasis teks; 4) Penerapan teknik helping model pada konseling berbasis teks; 5) Modul studi kasus untuk konseling berbasis teks.</li> </ul>
	<p><b>Persamaan</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meneliti sebuah aplikasi konsultasi.</li> </ul>
	<p><b>Perbedaan</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meneliti aplikasi yang berbeda, yaitu riliv.</li> <li>• Mengambil subjek generasi millennial.</li> </ul>

## 2.2 Kerangka Konseptual

### 2.2.1 Komunikasi

#### 2.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi secara etimologis atau menurut asal katanya berasal dari kata atau bahasa latin yaitu *communication*, akar kata *communis* adalah *communico* yang berarti sama. Dalam hal ini yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui petukaran suatu pesan.

Suatu proses penyampaian pesan berupa informasi, emosi, emosi, dan keterampilan sebagai simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku atau suatu respon yang dilakukan dengan media-media tertentu disebut juga komunikasi.

Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan bahwa :

Kata komunikasi atau *communicatuin* dalam bahasa inggirs berasal dari kata lain *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata lainnya yang mirip. Komunikasi yang menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, suatu pesan dianut secara sama. (2019, p. 46)

Suatu hubungan atau kontak antar dan antara manusia, baik individu maupun kelompok disebut juga komunikasi. Disadari atau tidak dalam kehidupan sehari-hari ini komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia. Setiap manusia yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun sampai bangun tidur sampai tidur lagi pun secara kondisi tetap terlibat dalam komunikasi. Bahkan sejak manusia dilahirkan pun sudah mulai

berkomunikasi dengan lingkungan sekitarnya seperti gerak dan tangisan bayi saat pertama di lahirkan merupakan salah satu contoh bentuk komunikasi.

Setiap manusia berkomunikasi untuk berbagi suatu atau berbagai pengalaman dan pengetahuan yang selama hidupnya ia dapatkan. Manusia juga memiliki beberapa bentuk umum komunikasi seperti mengirim sinyal dalam gestur tubuh (*body language*), tulisan, berbicara, gerakan, poster dan penyiaran. Kegiatan komunikasi ini dapat berjalan interaktif jika seorang komunikator dapat menyampaikan sebuah pesan dengan baik dan memiliki gaya bahasa yang asik dan juga enak di dengar, sehingga komunikasi yang dilakukan berjalan interaktif dan penyampaian sebuah pesan dapat tersampaikan dengan sangat baik.

Hakikat komunikasi menurut Effendy adalah “Proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan orang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya” (2003, p. 28).

Berdasarkan pengertian yang diberikan oleh Effendy tersebut dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat komunikasi maka dapat diartikan atau dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa komunikasi dapat berlangsung sesama makhluk hidup dan berakal, salah satunya yaitu manusia. Komunikasi berlangsung antar manusia, dimana yang memberikan komunikasi informasi atau yang menyampaikan sebuah makna, informasi dinamakan komunikator dan yang menerima pesan adalah komunikan.

Dalam membahas tentang definisi komunikasi sendiri sebenarnya tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya itu sendiri untuk menjelaskan suatu fenomena yang didefinisikan dan

mengevaluasinya. Beberapa definisi komunikasi mungkin terlalu sempit, misalnya komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas seperti komunikasi adalah interaksi antara dua belah pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

Hal yang terpenting dalam suatu komunikasi adalah memaknai informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audiens* terhadap informasi yang didapat atau diterimanya itu. Pemaknaan informasi bersifat subjektif dan kontekstual, subjektif artinya memiliki kapasitas untuk memaknai informasi yang disebarkan atau diterimanya berdasarkan pada apa yang ia rasakan, ia yakini dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua belah pihak. Sedangkan kontekstual adalah memaknakan sebuah informasi berdasarkan data dan fakta yang dilapangan.

#### **2.2.1.2. Unsur – Unsur Komunikasi**

Laswell menjelaskan komunikasi seperti yang dikutip oleh Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi suatu pengantar, yaitu :

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat dan atau hasil apa? (*who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*). (Mulyana, 2019)

Penjelasan diatas adalah unsur-unsur yang ada pada kegiatan komunikasi. Berikut adalah uraian unsur-unsur komunikasi menurut Laswell yang dikutip oleh Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, yaitu :

**1. Sumber (*source*)**

Nama lain dari sumber adalah *sender, communicator, speaker, encoder* atau *originator*. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan bahkan negara.

**2. Pesan (*message*)**

Merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal, yang mewakili perasaan, nilai gagasan, atau maksud dari sumber (*source*).

**3. Saluran (*channel, media*)**

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dan cara penyampaian pesan.

**4. Penerima (*receiver*)**

Nama lain dari penerima adalah *destination, communicate, decoder, audience, listener*, dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan.

**5. Efek (*effect*)**

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (2019, pp. 69-71).

### 2.2.1.3. Fungsi Komunikasi

Laswell yang dikutip oleh Nurudin dalam bukunya Sistem Komunikasi Indonesia, mengutarakan bahwa fungsi-fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Penjajagan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*)
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*corelations of the part of the society in responding to the environment*)
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*). (2016, p. 15)

Adapun fungsi komunikasi menurut Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar dibagi menjadi empat fungsi, yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental. Keempat fungsi komunikasi adalah :

#### 1. Fungsi Komunikasi Sosial

Mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membsngun konsep diri kelangsungan hidup, kebahagiaan dan memupuk hubungan dengan orang lain.

#### 2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Dapat dilakukan sendiri atau kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh

komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita.

### 3. Fungsi Komunikasi Ritual

Biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *riles of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan sampai pernikahan.

### 4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif yang berarti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui. (2019, pp. 5-38).

Berbeda dengan menurut Effendy dalam buku yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, fungsi komunikasi adalah :

1. Menginformasikan (*To inform*).
2. Mendidik (*To educate*).
3. Menghibur (*To entertain*).
4. Mempengaruhi (*To influence*). (2003, p. 55).

#### **2.2.1.4. Tujuan Komunikasi**

Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa tujuan dari komunikasi adalah :

##### **1. Mengubah Sikap (*to change the attitude*)**

Seperti telah dikemukakan sebelumnya dalam pembahasan, fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah seseorang terpengaruh ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan komunikasi. Mengubah sikap seseorang menjadi seperti yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

##### **2. Mengubah opini atau pendapat atau pandangan (*to change the opinion*)**

Salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak tertentu.

##### **3. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)**

Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi yang telah diberikan sehingga berperilaku sesuai yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

##### **4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)**

Apabila dalam point di atas perilaku tidak dititikberatkan lebih kepada individu, dalam point ini, perubahan dititikberatkan pada

suatu kelompok yang bersifat lebih dari satu, bahkan lebih dari dua. Sehingga perubahan terjadi secara masal (2003, p. 55).

Sedangkan menurut Gordon I. Zimmerman yang dikutip oleh Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, merumuskan bahwa tujuan komunikasi dibagi menjadi dua kategori besar, yaitu :

1. Berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan.
2. Berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain.

(2019, p. 4)

#### **2.2.1.5. Proses Komunikasi**

Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyatakan proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu :

##### **1. Proses Komunikasi secara Primer**

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*gesture*, isyarat, gambar, warna, dsb) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

## **2. 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. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dsb adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb). (2017, pp. 11-19)

### **2.2.1.6. Tipe – Tipe Komunikasi**

Di dalam kegiatan komunikasi, ada juga yang disebut tipe-tipe komunikasi. Menurut Wayne Pace dalam bukunya *Techniques for Effective Communications* menyatakan tipe komunikasi antara lain :

1. Komunikasi dengan diri sendiri
2. Komunikasi antarpribadi
3. Komunikasi khalayak (Pace, 2017, p. 83)

Sedangkan tipe-tipe komunikasi menurut Nurudin dalam bukunya Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer, tipe – tipe komunikasi adalah :

1. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*)
2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)
3. Komunikasi public (*public communication*)
4. Komunikasi massa (*mass communication*) (2017, p. 83)

## **2.2.2 Komunikasi Antar Pribadi**

### **2.2.2.1. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi dinilai sangat efektif dan berperan besar dalam merubah perilaku orang lain, jika adanya persamaan mengenai makna yang dibicarakan. Komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih, yang dapat berlangsung secara tatap muka (*face to face*) atau menggunakan alat bantu media dapat disebut juga komunikasi antarpribadi.

Menurut Joseph A.Devito dalam buku *The Interpersonal Communication Book* menyatakan bahwa :

Komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan umpan balik seketika (*the process of sending and receiving messages between two*

*persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*). (1989, p. 4)

Berdasarkan definisi Devito diatas, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi secara dialogis, dimana saat seorang komunikator (*sender*) menyampaikan pesan maka akan terjadi *feedback* dari komunikan (*receiver*) sehingga adanya interaksi.

#### **2.2.2.2. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi**

Dalam melakukan kegiatan komunikasi antar pribadi, setiap orang mempunyai tujuannya masing-masing untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Begitu pula menurut Widjaja dalam bukunya Ilmu Komunikasi, yakni :

1. Mengenal diri sendiri dan orang lain
2. Mengetahui dunia luar.
3. Menciptakan dan memelihara hubungan.
4. Mengubah sikap dan perilaku.
5. Bermain dan mencari hiburan.
6. Membantu orang lain. (2000, p. 122)

Komunikasi Antar Pribadi yang terjadi antar individu memiliki beberapa tujuan, antara lain :

1. Menyampaikan Informasi – Tujuan utama berkomunikasi ialah menyampaikan informasi. Lalu di dalam komunikasi antar pribadi ditekankan kembali

mengenai penyampaian informasi yang memiliki sifat intim dan mendekati komunikasi yang efektif.

2. Menumbuhkan Simpati – Dalam berbagi informasi, ada kalanya terselip beberapa pesan yang merupakan pengalaman pribadi. Baik dalam bentuknya pengalaman menyenangkan atau menyedihkan. Dari sana timbul rasa simpati yang dirasakan oleh kedua belah pihak.
3. Menumbuhkan Motivasi – Tidak jarang pula dari informasi yang dibagikan menimbulkan motivasi tersendiri. Apabila pesan tersebut berisi kisah – kisah inspiratif yang mampu menggugah kepribadian diri

#### **2.2.2.3. Fungsi Komunikasi Antar Pribadi**

Menurut Enjang dalam bukunya komunikasi konseling, ia berpendapat mengenai fungsi komunikasi antar pribadi sebagai berikut :

1. Memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis. Dengan komunikasi antar pribadi, kita bisa memenuhi kebutuhan sosial atau psikologis kita. Para psikolog pun menyarankan bahwa pada dasarnya kita adalah makhluk sosial, yaitu orang yang membutuhkan orang lain, sama halnya manusia membutuhkan makanan, minuman, perlindungan, dsb. Apabila kehilangan kontak dengan orang lain, kebanyakan orang akan berhalusinasi,

kehilangan koordinasi motorik, dan secara umum tidak bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar.

2. Mengembangkan kesadaran diri. Melalui komunikasi antar pribadi akan terbiasa mengembangkan kesadaran diri. Kita mengkonfirmasi tentang siapa dan apa diri kita. Apa yang kita pikirkan tentang diri kita. Namun ada yang sebagian merupakan refleksi dari apa yang orang lain sebut tentang diri kita.
3. Matang akan konvensi sosial. Melalui komunikasi antar pribadi kita tunduk atau menentang konvensi sosial. Kita berkomunikasi, beramah tamah dengan orang lain dalam rangka memenuhi konvensi sosial. Mengabaikan orang lain dan tidak berbicara, berarti menentang konvensi sosial dan menimbulkan kesan melalaikan orang lain.
4. Konsistensi hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi kita menetapkan hubungan kita. Kita berhubungan dengan orang lain, melalui pengalaman yang kita lalui bersama dengan mereka, dan melalui percakapan-percakapan bersama mereka. ketika kita bertemu dengan seseorang secara terus menerus, sifat dasar komunikasinya akan menetapkan tipe dan kualitas hubungan kita. Jika percakapan mengenai hal-hal remeh, itu akan menjadi sekedar perkenalan. Jika dalam percakapan itu ada perdebatan dan perang mulut, hubungan akan menjadi tidak

sehat. Jika kita memulai percakapan tentang perasaan yang mendalam, berbagi cerita pribadi, mendengarkan orang lain dengan empati dan pemahaman, dan membicarakan persoalan yang berhubungan dengan kita, maka kita akan mengembangkan hubungan yang sehat, dekat, dan lebih intim.

5. Mendapatkan informasi yang banyak. Melalui komunikasi antar pribadi, kita juga akan memperoleh informasi yang lebih. Informasi yang akurat dan tepat waktu merupakan kunci untuk membuat keputusan yang efektif. Jika kita bisa memperoleh sebagian informasi melalui observasi langsung, membaca, mendengarkan dari berbagai media, kita bisa memperoleh banyak informasi yang bisa digunakan untuk mengambil keputusan selama berbicara dengan orang lain.
6. Bisa mempengaruhi atau dipengaruhi orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi, kita mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh orang lain. Jika hasil yang diharapkan menyangkut persetujuan dan kerjasama dengan orang lain, komunikasi antar pribadi berfungsi untuk mempengaruhi gagasan dan perilaku. Kita bisa menggunakan bentuk komunikasi ini untuk mempengaruhi orang lain dan demikian pula sebaliknya. Seperti dinyatakan para ahli komunikasi, bahwa tujuan utama

usaha komunikasi adalah untuk mempengaruhi gagasan dan perilaku orang lain. (2009, pp. 77-79)

Menurut Yuliana dan Utami dalam bukunya Komunikasi Antar Pribadi, menyatakan bahwa fungsi komunikasi seperti :

1. Komunikasi antar individu dilakukan untuk mendapatkan respon atau umpan balik.
  2. Komunikasi antar individu dapat digunakan sebagai evaluasi respon atau umpan balik dari lawan bicara kita.
  3. Komunikasi antar individu dilakukan sebagai kontrol terhadap lingkungan.
- (2018, p. 3)

### **2.2.3 Halodoc**

Halodoc merupakan sebuah aplikasi atau *platform* komunikasi yang memfasilitasi interaksi antara dokter dengan pengguna, yang tentunya memberi kemudahan untuk masyarakat. Jonathan Sudharta, selaku CEO Mhealth Tech, perusahaan di bidang teknologi kesehatan yang menaungi aplikasi halodoc bertujuan untuk memberi kemudahan dalam menerima akses layanan kesehatan bagi masyarakat. Untuk memiliki aplikasi halodoc kita dapat mengunduh secara gratis melalui *appsote* (iOS) dan *playstore* (android), bisa juga diakses menggunakan web (hanya dapat digunakan untuk layanan *buy medicine*). Startup yang diluncurkan pada 2016 lalu ini telah menggandeng beberapa perusahaan asuransi yakni Allianz, FWD, Prudential,

Mediclin, AXA Mandiri, AXA Mandiri Corporate Solutions, Cigna, BRI Life, ABDA, Avrist, Asuransi Syariah Keluarga Indonesia, Hanwha, AXA General Indonesia, AXA Financial Indonesia dan AIA Financial untuk mempermudah layanan konsumen.

Gambar 2.1  
Logo Halodoc



Sumber : Wikipedia

Untuk saat ini, halodoc telah menggandeng 1.000 jaringan apotek, bekerja sama dengan 500 rumah sakit, dan 20.000 dokter umum maupun spesialis. Aplikasi ini memerlukan koneksi internet untuk dapat menggunakan layanan. Selain bekerja sama dengan beberapa perusahaan asuransi, halodoc juga bekerja sama dengan startup di bidang transportasi, yaitu Gojek dan layanan pemeriksaan laboratorium prodia. Pengguna dapat menambahkan anggota keluarganya dalam satu akun, sehingga menjadi lebih mudah untuk konsultasi.

### **2.2.3.1. Fitur Halodoc**

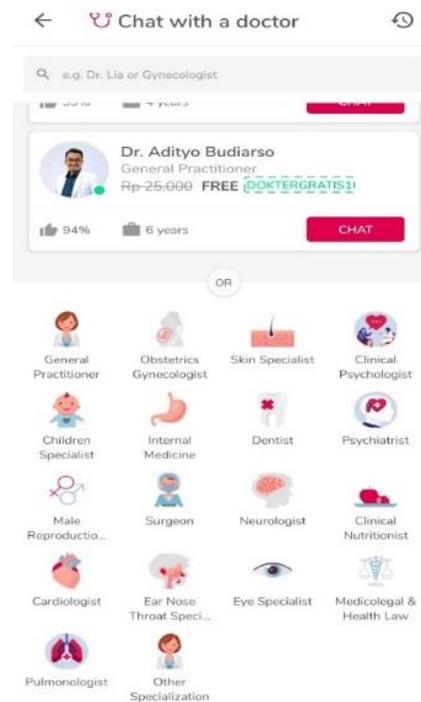
Sebuah aplikasi, tentunya memiliki fitur-fitur yang bisa digunakan oleh pengguna aplikasi tersebut. Halodoc juga mempunyai beberapa fitur yang bisa digunakan oleh pengguna, yakni :

#### **1. Fitur Hubungi Dokter (*Chat With Doctor*)**

Fitur *chat with doctor* ini memfasilitasi para dokter rekanan halodoc sebagai penyedia layanan yang bisa berinteraksi dengan pengguna atau pasien melalui *video call*, *voice call* maupun chat yang dapat diakses melalui *website* halodoc maupun aplikasi halodoc. Walaupun terdapat pilihan *voice call* dan *video call*, pengguna tetap harus bertanya terlebih dahulu kepada dokter karena hal ini tergantung pada ketersediaan masing-masing dokter pada saat dihubungi.

Pada fitur *chat with doctor* ini pengguna bisa mengirim gambar atau foto yang berkaitan dengan kondisi yang ingin ditanyakan kepada dokter, dan kita dapat mengirim gambar atau foto dengan format jpg, png, dan bitmap. Satu sesi konsultasi ini terhitung 30 menit sampai dengan 1 jam dari waktu sesi dimulai atau hingga dokter mengakhiri sesi dan tentunya dikenakan tarif. Tentunya fitur ini tidak disarankan untuk kondisi pengguna yang sedang darurat.

Gambar 2.2  
Fitur *Chat With Doctor*



Sumber : Aplikasi Halodoc

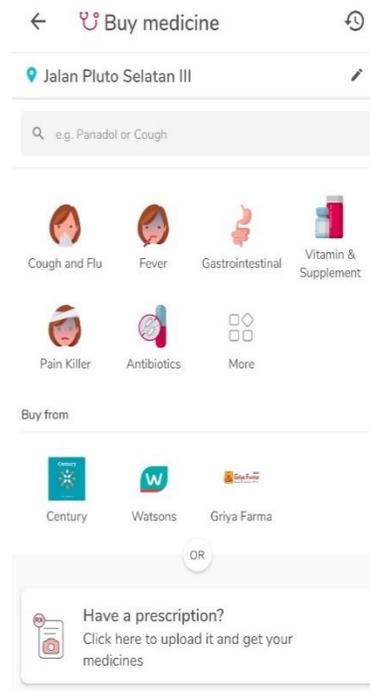
Dalam fitur ini pengguna bisa memilih dokter sesuai yang dibutuhkan dan pengguna juga bisa melihat rating, asal universitas mereka, tempat praktik dan berapa lama pengalamannya yang tentunya dokter rekanan halodoc sudah memiliki surat tanda registrasi (STR) dan surat izin praktik (SIP). Pengguna dapat berinteraksi jika dokter telah menerima *request* dari pengguna, tentunya harus sedikit bersabar jika sedang berkonsultasi karena mungkin saja dokter yang anda hubungi sedang dalam konsultasi lain di tempat praktiknya. Jika pengguna sudah memiliki dokter yang terpercaya dan ingin berkonsultasi namun kondisi dokter sedang tidak *online*, pengguna bisa

menggunakan fitur *notify me* agar di waktu dokter tersebut *online* pengguna akan mendapatkan notifikasi. Setelah melakukan konsultasi, dokter akan memberikan catatan dan rekomendasi obat yang bisa langsung ditebus (diantarkan oleh go send) langsung ke alamat anda. Walaupun fitur *chat with doctor* ini memudahkan pengguna, tetapi fitur ini tetap tidak menggantikan pemeriksaan dan pengobatan dengan dokter secara langsung.

## **2. Fitur Beli Obat (*Buy Medicine*)**

Fitur *buy medicine* ini adalah solusi layanan pembelian obat bebas (dot hijau), obat bebas terbatas (dot biru), obat keras (dot merah) dengan resep dokter, vitamin, alat medis, dan barang-barang kesehatan secara cepat, praktis, aman dan nyaman. Fitur ini tidak dapat digunakan untuk pengantaran psikotropika dan narkotika atau yang dikenal obat daftar O (golongan opiate / Opium), obat prekursor dan obat pengguguran kandungan. Diadakannya layanan ini diharapkan dapat memudahkan pengguna yang memiliki kebutuhan terhadap obat ataupun alat kesehatan tertentu. Dengan menggunakan fitur ini, pengguna tidak perlu repot dalam membeli keperluan obat, alat kesehatan, dan kebutuhan kesehatan lainnya di toko kesehatan atau apotek. Fitur ini terkoneksi dengan fitur Go-Med pada aplikasi Gojek sebagai pihak ketiga yang mengantarkan obat, tentu saja diantar melalui Go-Send. Setelah obat dipesan dan diantar, maka pengguna tidak dapat membatalkan pesanan. Khusus fitur beli obat (*buy medicine*), pengguna dapat menggunakan fitur ini tanpa harus mengunduh aplikasi.

Gambar 2.3

Fitur *Buy Medicine*

Sumber : Aplikasi Halodoc

### 3. Fitur Layanan Antar Obat Halodoc Go

Fitur ini dapat terhubung dengan layanan antar obat, dimana pihak halodoc menyediakan sistem yang menghubungkan pihak logistik pengantaran rekanan dengan pihak instalasi farmasi dari rumah sakit tempat pengguna melakukan pemeriksaan kesehatan atau pengobatan yang merupakan rekanan pihak halodoc untuk mengantarkan obat yang diresepkan oleh dokter kepada pengguna.

#### 4. Fitur Direktori Rumah Sakit (*Hospital Directory*)

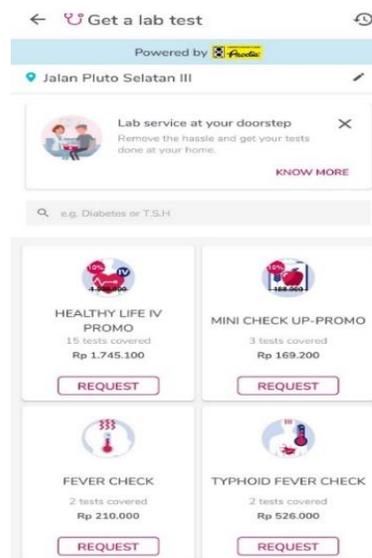
Fitur ini dapat membantu pengguna untuk mencari rumah sakit sesuai dengan kebutuhan dan informasi mengenai rumah sakit dan dokter yang berpraktek di rumah sakit tersebut yang terdapat dalam platform kami.

#### 5. Fitur Pemeriksaan Lab (*Get a Lab Test*)

Fitur ini memfalisitasi pengguna untuk melakukan pemeriksaan lab secara praktis, dalam fitur ini pengguna bisa memilih paket pemeriksaan lab yang dianjurkan dokter maupun tidak, dan dalam hal ini pengguna tidak dapat mengubah isi dari paket pemetiksaan lab yang telah disediakan. Setelah itu, ketersediaan jenis paket dan jadwal pemeriksaan lab yang dipilih oleh pengguna akan disesuaikan dengan jadwal dari lab.

Gambar 2.4

Fitur *Get a Lab Test*



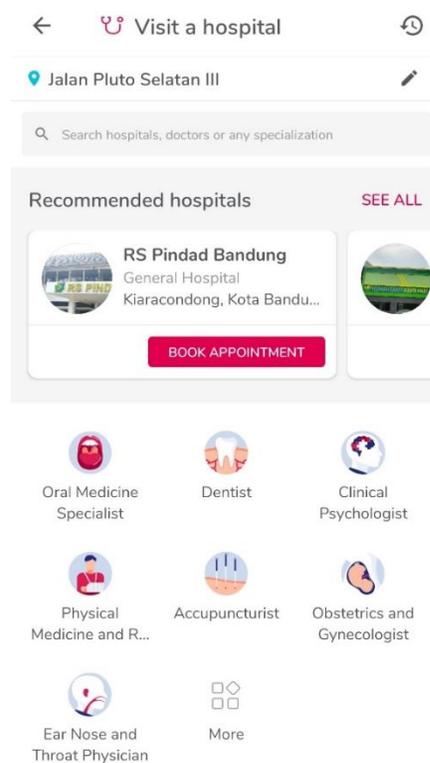
Sumber : Aplikasi Halodoc

## 6. Fitur Kunjungi Rumah Sakit (*Visit Hospital*)

Melalui fitur ini, pengguna dapat melakukan pengaturan untuk membuat janji untuk bertemu dengan dokter yang terdapat dalam sistem halodoc. Pihak halodoc berusaha memastikan bahwa pengguna akan mendapatkan konfirmasi janji temu dan jika sudah membuat janji, pihak halodoc tidak bertanggung jawab apabila janji temu tersebut dibatalkan oleh pihak rumah sakit atau dokter karena alasan apapun.

Gambar 2.5

### Fitur *Visit Hospital*



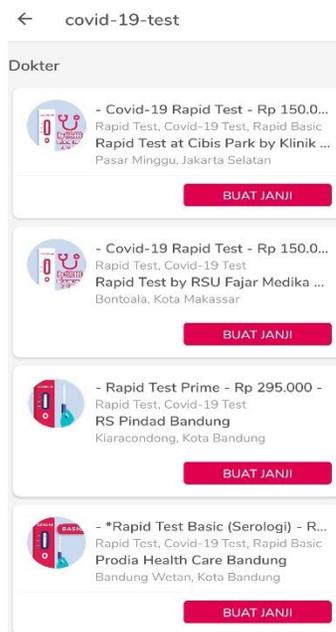
Sumber : Aplikasi Halodoc

## 7. Fitur Tes COVID-19

Dengan adanya wabah virus corona saat ini, Halodoc sebagai layanan kesehatan *online* pilihan masyarakat menghadirkan fitur terbarunya yaitu fitur tes covid-19. Fitur ini diluncurkan oleh Halodoc sebagai bentuk upaya membantu pemerintah dalam menekan laju peningkatan kasus covid-19 di Indonesia. Pada awalnya layanan tes covid-19 hanya ada di wilayah Jabodetabek, tetapi saat ini sudah bisa diakses oleh kota-kota lainnya dikarenakan Halodoc sudah bermitra dengan banyak rumah sakit di Indonesia untuk menyelenggarakan tes covid-19 meliputi *rapid test* dan PCR.

Gambar 2.6

### Fitur Tes COVID-19



Sumber : Aplikasi Halodoc

## **2.3. Kerangka Teoritis**

### **2.3.1. Teori Fenomenologi**

Fenomenologi berasal dari Bahasa Yunani , *Phainoai*, yang berarti “menampak”. Istilah ini diperkenalkan oleh Johan Heirinch. Istilah fenomenologi bisa dilihat lebih lanjut berasal dari dua kata yakni; *phenomenon* yang berarti tampak dan *logos* yakni ilmu. Maka dari itu, fenomenologi juga dapat diartikan sebagai ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Fenomenologi merupakan gerakan historis yang dilahirkan di Eropa oleh sarjana yang tertarik untuk membuat pendekatan filsafat yang fokus pada pengalaman dasar atas fenomena yang dikontekstualisasikan di dalam dunia yang didiami individu. Meskipun konsep umum fenomenologi telah dikaji oleh banyak sarjana dari waktu ke waktu, penggunaan fenomenologi sebagai filsafat ilmu manusia sering dikaitkan dengan karya Edmund Husserl, yang secara umum dipandang sebagai pendiri fenomenologi kontemporer.

Fenomenologi menurut Schultz adalah bagaimana manusia menguasai makna yang muncul dari motivasi yang ada dan bagaimana memahami tindakan dan proses manusia dalam memahami suatu masalah atau peristiwa sebagai makhluk yang memiliki akal sehat. Maksudnya adalah bagaimana manusia memahami realitas yang ada dalam mencari kualitas dirinya.

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

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

Konsistensi logis yang mengharuskan peneliti untuk menentukan tujuan atau motivasinya dalam menganalisis suatu masalah dan hubungannya dengan kenyataan dalam kehidupan sehari-hari.

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

Peneliti harus mampu memahami semua tindakan manusia atau pemikirannya dalam bentuk tindakan nyata. Peneliti harus memposisikan dirinya secara subjektif agar dapat memahami manusia dan masalah yang diteliti.

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.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mencari motivasi, makna dan tindakan yang dimiliki oleh subjek peneliti sehingga peneliti dapat memahami penggunaan aplikasi halodoc.

#### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Sebuah pemahaman yang mendasari pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan disebut dengan

kerangka pemikiran atau kerangka berpikir. Kerangka pemikiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan suatu metode ataupun teori yang digunakan dalam melakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi fenomenologi, sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini. Fenomenologi dari Alfred Schutz dalam 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?

Pendekatan fenomenologi, menjadi alat bagi peneliti untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomena yang telah terjadi. Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut :

Gambar 2.6  
Kerangka Pemikiran

