

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Review Penelitian Sejenis

Literatur dibutuhkan secara rutin ataupun tersusun secara berkala. Dokumen dalam literatur berfungsi sebagai alat peneliti yang menggunakan studi literatur dan melakukannya pada bahasa. literatur memiliki kriteria yang sangat bagus dan relevan pada fokus kajian. maksudnya relevan disini adalah sesuatu literatur dapat memecahkan masalah dalam mencari kebutuhan informasi.

1. Erga Kandli Panginan 2020. Universitas Pelita Harapan Tangerang melakukan Penelitian yang berjudul “Fenomena Aplikasi Kredit Dan Pinjaman Online Kredivo Di Indonesia” Bertujuan untuk mengenal pinjaman online Aplikasi Kredivo dalam beberapa fitur terbaru. metode Kualitatif adalah metode yang di gunakan dalam penelitian ini. perbedaan dalam penelitian yang dibuat yaitu, peneliti ini menganalisis mengenai bagaimana masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi Kredivo dari segi fitur, lalu teori yang di gunakan adalah Fenomenologi dan mendapatkan hasil bahwa Kredivo adalah salah satu pinjaman online yang banyak fiturnya untuk daya Tarik kepada masyarakat Indonesia.
2. Muhammad Kurniawansyah 2019, Institut Agama Islam Negeri Curup Bengkulu melakukan penelitian yang berjudul “Konstruksi Makna Menjadi Nasabah (Studi Fenomenologi Pada Nasabah Koperasi Syariah Barokah Curup)” Metode Kualitatif merupakan Metode yang di gunakan dalam penelitian ini. Perbedaan

penelitian ini mengkaji bagaimana nasabah agar meminjam uang tidak keluar dari jalur agama. Teori yang dipakai yaitu Fenomenologi dan hasil dari penelitian ini adalah mengedukasi nasabah agar meminjam tidak adanya riba.

3. Asmah Savitri 2021 Institut Agama Islam Negri Aceh melakukan penelitian yang berjudul “Pinjaman Online Di Masa Pandemi Bagi Masyarakat Aceh” Metode yang digunakan adalah studi Deskriptif Kualitatif. Dengan menggunakan jenis penelitian literature study. Perbedaan dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana fenomena pinjaman online pada saat terjadinya virus corona datang di kota Aceh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pinjaman online memiliki dampak yang baik guna membantu kesulitan dana bagi masyarakat Aceh pada saat virus corona datang.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

Nama dan Judul Penelitian	Teori yang digunakan	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan Penelitian
Erga Kandli Panginan. Fenomena Aplikasi Kredit Dan Pinjam Online Kredivo Di Indonesia (2020)	Fenomenologi Alfred Schutz	Kualitatif	mengenal lebih dalam lagi fitur yang ada di dalam Aplikasi Pinjaman Online	Menganalisis bagaimana adanya fitur di dalam Aplikasi Pinjaman Online Kredivo
Muhammad Kurniawansyah. Kontruksi Makna Menjadi Nasabah (Studi Fenomenologi	Fenomenologi Alfred Schutz	Kualitatif	Hasil penelitian menentukan bahwa agar peminjam	Mengkaji bagaimana nasabah bisa terhindar dari riba

Pada Nasabah Koperasi Syariah Barokah Curup (2019)			terhindar dari perbuatan riba	
Asmah Safitri. Pinjaman Online di masa Pandemi bagi masyarakat Kota Aceh (2021)	Literature study	Kualitatif	Pinjaman Online Legal menjadi dampak yang baik pada saat pandemic dating ke Kota Aceh	Mengkaji Pinjaman Online pada saat terjadinya Pandemi Di Kota Aceh

Sumber: diolah peneliti 2022

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia. Komunikasi merupakan bagian integral dari kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Orang dapat terhubung satu sama lain melalui komunikasi di mana pun mereka berada dalam kehidupan sehari-hari, di rumah, di tempat kerja, dipasar, atau di lingkungan sekitar. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari Bahasa latin “*communicare*” yang artinya “menyampaikan”. Menurut asal kata tersebut makna komunikasi adalah proses pemindahan makna dari satu entitas atau kelompok ke entitas lain dengan menggunakan tanda, simbol, dan aturan semiotika yang dipahami Bersama. Widjaja menjelaskan bahwa komunikasi

merupakan hubungan antar makhluk hidup yang terjadi secara tatap muka maupun virtual dengan memberikan informasi satu sama lain agar mendapatkan tanggapan dan pemahaman mengenai isi informasi yang disampaikan (2017, hlm 1).

Dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Vardiansyah, 2004:3), kata “komunikasi” berasal dari Bahasa latin yakni *comunis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman Bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (Verb) dalam Bahasa Inggris, *communicate* berarti berkomunikasi. Edi Santoso menjelaskan komunikasi merupakan

Manusia berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitarnya, dan untuk memengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku sebagaimana yang diinginkan. Namun tujuan utama komunikasi sejatinya adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis (2010, hlm 3)

Demikian, komunikasi dapat disimpulkan ialah kegiatan melakukan pertukaran pesan dengan menyatakan, memberikan, atau mendukung suatu informasi sebagai upaya untuk menjalin hubungan satu sama lain dengan masyarakat sehingga dalam proses komunikasi terdapat aspek memberikan informasi, menerima informasi, memahami informasi melalui pola pikir, serta memberi tanggapan.

2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi yang baik dan benar antara manusia hanya dapat terjadi ketika seseorang bertindak dengan tujuan tertentu untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Harold Laswell dalam buku prof. Deddy Mulyana, yang berjudul ilmu

komunikasi suatu pengantar menjelaskan bahwa cara terbaik dalam komunikasi yaitu dengan “*Who Says What In With Chanel Whom With What Effect*” yang dipaparkan sebagai berikut:

a. Sumber (*Source*)

Sumber pesan dapat di artikan sebagai Komunikator. Komunikator adalah seseorang yang mengirimkan pesan kepada komunikan. Karena itu komunikator bisa disebut sebagai sumber atau pengirim pesan. Komunikator memainkan peran kunci dalam proses komunikasi. Komunikator memainkan peran yang sangat penting, mengontrol arus komunikasi. Karena itu, Komunikator harus bisa berkomunikasi dengan imajinatif

b. Pesan (*Message*)

Dalam Buku Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006, hlm 23). Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah suatu suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan tatap muka atau media komunikasi. Isiny bisa berupa Ilmu Pengetahuan, Hiburan, Informasi, Nasihat, Promosi. Pesan pada dasar nya bersifat abstrak agar dapat dikirim dan di terima oleh komunikan, manusia dengan budidaya nya menciotakan sebuah rangkaian simbol komunikasi berupa suara, ekspresi wajah, gerak tubuh,kata-kata lisan, kata-kata tertulis.

c. Media

Dalam Buku pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2006, hlm 119), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa Psikolog melihat ba hwa panca

indera seperti mata dan telinga merupakan media paling mendominasi untuk komunikasi antar manusia. Sedangkan dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Dani Vardiansyah, 2004, hlm 24-26) media bentuk jamak dari medium medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi aspek kunci dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang sengaja di gunakan oleh komunikator. Artinya, ini terkait dengan pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi.

d. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan adalah tujuan penyampain pesan dari komunikator. yang menafsirkan dan menginterpretasikan pesan yang diterima.

e. Efek

Efek Komunikasi didefinisikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator didalam komunikan. Ada 3 tataran pengaruh dalam diri komunikan yaitu, Kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan konatif (tingkah laku yang membuat seorang bertindak melakukan sesuatu) (2005, hlm 67).

2.2.1.3 Prinsip Komunikasi

Menurut Prof. deddy Mulyana, didalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan terdapat prinsip komunikasi, yaitu:

a. Komunikasi adalah Proses Simbolik

Komunikasi merupakan sebuah lambang atau simbol ialah salah satu kategori yang digunakan untuk menunjuk suatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang.

b. Setiap perilaku mempunyai Potensi Komunikasi

Manusia tidak bisa berinteraksi dan berkomunikasi, bahwa tak semua perilaku adalah sebuah komunikasi. Komunikasi terjadi apabila seseorang memberikan arti terhadap sikap seseorang atau sikap dirinya sendiri.

c. Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan

Dimensi isi digunakan secara verbal, berbeda dengan dimensi isi, dimensi hubungan adalah kebalikannya, yaitu digunakan secara nonverbal. Dimensi isi merupakan dimensi yang menunjukkan muatan komunikasi. Sedangkan dimensi hubungan adalah menunjukkan bagaimana cara mengatakan dan mengisyaratkan.

d. Komunikasi Berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

Komunikasi dilakukan pada aneka macam tingkat kesengajaan, dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali sebagai akibatnya komunikasi direncanakan benar dan disadari (2013, hlm 87)

2.2.1.4 Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi adalah untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku, dan perilaku sosial. Komunikasi dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku terhadap masyarakat sosial tergantung dari informasi yang disebarluaskan oleh informan. Komunikasi pada dasarnya adalah tentang menyampaikan informasi yang dapat dipahami oleh orang lain. Informasi harus menghasilkan umpan balik berupa perubahan positif pada penerima informasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku yang berjudul “Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi”. Tujuan dari komunikasi diartikan oleh Effendy ialah:

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

Setelah dilakukannya suatu proses komunikasi, selanjutnya komunikasi bisa merubah sikap

- b. Perubahan Pendapat (*to change the opinion*)

Suatu komunikasi yang tengah berlangsung dapat menjadikan perubahan pendapat tergantung komunikator menyampaikannya.

- c. Perubahan perilaku (*to change the behavior*)

Perilaku akan terjadi apabila di dalam proses komunikasi melihat apa yang di kemukakan komunikator sesuai pada apa yang disampaikan serta tergantung oleh kredibilitas komunikator.

- d. Perubahan Sosial (*to change the society*)

Ketika berlangsungnya komunikasi, perubahan yang terjadi menyesuaikan dengan lingkungan sosial dalam masyarakat (2003, hlm 8)

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi dilakukan untuk memberikan perubahan terhadap kehidupan manusia seperti mengubah sikap, opini, perilaku, dan tatanan bermasyarakat sosial. Berbeda dengan Canggara yang menyatakan bahwa komunikasi memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan secara rinci terhadap orang lain, memahami orang lain dengan mengutamakan rasa empati, pendapat atau opini dapat diterima oleh orang lain secara terbuka, serta menggerakkan perilaku orang lain sesuai dengan apa yang diinginkan (2002, hlm 22).

2.2.1.5 Fungsi Komunikasi

Sungsi komunikasi yang dipaparkan oleh Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar” ialah sebagai berikut:

1. Komunikasi Sosial

Fungsi Komunikasi menjadi komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu krusial buat membangun konsep diri kita, buat kelangsungan hidup, buat memperoleh kebahagiaan, terhindar berdasarkan tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk interaksi menggunakan orang lain.

2. Pembentukan Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan kita tentang siapa diri kita itu diperoleh melalui informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga dan teman dekat, termasuk kerabat, merekalah yang disebut significant others.

3. Pernyataan eksistensi diri

Orang berkomunikasi hanya untuk menunjukan bahwa dirinya eksis. Inilah yang disebut akulturasi diri atau lebih tepatnya lagi pernyataan eksistensi diri.

4. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif dapat mengekspresikan diri baik secara tunggal maupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain, tetapi dapat dilakukan dalam komunikasi untuk menyampaikan perasaan kita.

5. Komunikasi Ritual

Komunikasi Ritual merupakan fungsi komunikasi yang berfungsi untuk memenuhi identitas manusia sebagai individu, sebagai anggota komunitas sosial, dan sebagai elemen alam semesta. Mereka yang terlibat dalam komunikasi ritual mengkonfirmasi hal ini keterikatan pada keluarga, etnis, bangsa, ideologi, atau tradisi agama. Beberapa untuk komunikasi ritual antara lain pernikahan, berdoa (shalat, membaca kitab suci), upacara bendera dan sebagainya.

6. Komunikasi Instrumental

Komunikasi Instrumental mempunyai komunikasi tujuan umum diantaranya menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, mengubah keyakinan dan perilaku, atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Singkatnya tujuan ini bersifat (persuasif). Komunikasi menginformasikan atau menjelaskan (*to inform*) mengandung muatan persuasive untuk pembicara ingin pendengar mempercayai faktanya, atau informasi yang diberikan akurat dan layak untuk diketahui (2005, hlm 5).

2.2.1.6 Proses Komunikasi

Sebagai sebuah proses, komunikasi memiliki kesamaan. Bagaimana orang mengekspresikan perasaan, hal-hal yang berlawanan (kontradiksi), sama (harmoni, kompatibilitas), serta melewati proses menulis, mendengarkan dan berbagi informasi. Menurut Effendy (1989, hlm 63-64), Proses komunikasi merupakan ide, informasi, opini, keyakinan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan simbol-simbol seperti Bahasa, gambar, warna dan sebagainya.

Menurut Courtland L. Bovee dan John V. Thil dalam *Business Communication Today*, Proses komunikasi (*Communication Process*) terdiri dari enam tahap, yaitu :

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan

Sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan idea atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audience. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, maupun diraba. Ide-ide yang ada dalam benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan.

2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan

Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima dalam proses komunikasi. Proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam

pikiran, yang diubah menjadi kata-kata, ekspresi, mentransfer wajah dan sebagainya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Untuk memastikan bahwa gagasan tersebut diterima dan dipahami sepenuhnya, pengirim pesan tersebut harus memperhatikan beberapa hal yang ingin disampaikan yaitu (subjek) apa yang ingin disampaikan, (maksud) tujuan, audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.

3. Pengirim menyampaikan pesan

Setelah mengubah ide menjadi suatu pesan, langkah selanjutnya adalah memindahkan atau mengirim pesan dengan berbagai cara saluran yang tersedia untuk penerima pesan.

4. Penerima menerima pesan

Komunikasi antara satu orang dengan orang lain terjadi ketika pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima menerima pesan tersebut. Pesan yang diterima terkadang sempurna, tetapi tidak jarang hanya sebagian kecil saja.

5. Penerima menafsirkan pesan

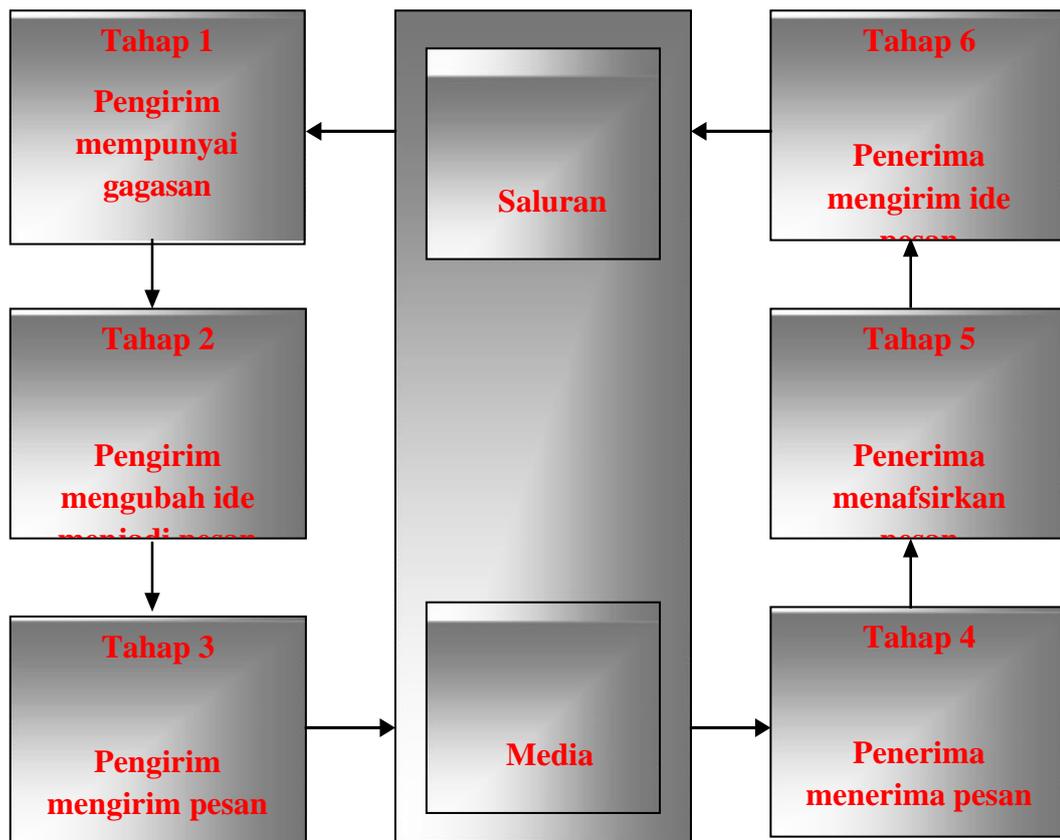
Setelah penerima menerima pesan, langkah selanjutnya adalah bagaimana menafsirkan pesan. Pesan disampaikan oleh pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak penerima pesan. Lalu pesan dapat ditafsirkan dengan benar bila penerima pesan memahami isi pesan bagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.

6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim

Umpan balik (feedback) adalah penghubung suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. (2003, hlm 11-14)

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



Sumber : Purwanto, 2003 : 12

2.2.2 Media Baru (*New Media*)

2.2.2.1 Definisi Media Baru

Media baru merupakan alat yang berkaitan dengan sebuah teknologi internet, biasa disebut sebagai era digital yang memanfaatkan teknologi sebagai alat

komunikasi pada abad ke-20. Flew menjelaskan bahwa media baru atau digital merupakan sebuah alat yang menghasilkan konten dari cakupan audio, visual, dan teks ke dalam sebuah platform sehingga dapat disebarluaskan melalui satelit, *broadband*, dan gelombang mikro (2008, hlm 2-3). Cangara dalam buku Ilmu Pengantar Komunikasi menjelaskan bahwa media merupakan alat bantu komunikator dalam menyampaikan pesan kepada khalayak mencakup media lunak (software), maupun media keras (hardware) (2006, hlm 119). Sedangkan Carey menjelaskan bahwa dalam perkembangan zaman, teknologi computer dimanfaatkan sebagai inovasi dalam melakukan komunikasi (2003).

2.2.2.2 Karakteristik Media Baru

Seiring berkembangnya waktu, media baru akan terus bermunculan mengikuti perkembangan zaman. Maka, Hastasari menyatakan terdapat karakteristik media baru yang dapat dilihat bila dilihat dari:

1. Interaktif

Media baru sebagai alat komunikasi dapat digunakan sebagai wadah untuk berinteraksi dibanding media lain seperti televisi, radio, surat kabar, dan lainnya.

2. Maya (*Virtual*)

Media baru memiliki karakteristik informasi yang dapat diterima dan disebarluaskan oleh siapapun, sehingga sumber tidak diketahui identitasnya dan tidak dapat dipercaya oleh siapapun. Hal tersebut merupakan kekurangan dari media baru sebagai alat komunikasi banyak informasi palsu

yang beredar ditengah-tengah masyarakat sehingga perlu kewaspadaan dalam memahami dan menerimanya.

3. Jaringan (*Networking*)

Media baru tidak dapat dipisahkan dari internet, sehingga jaringan merupakan hal terpenting dalam media baru untuk melakukan sosialisasi dengan sesama. Jaringan memiliki keunggulan tersendiri di banding karakteristik media lain, sebab jaringan merupakan aspek terkuat agar memudahkan seseorang mencari informasi dan mengakses situs tertentu.

4. Hipertekstual

Karakteristik media baru sebagai alat pemindahan informasi lama kedalam informasi baru yang dikemas secara modern. Kegiatan ini dilakukan untuk meminimalisir penghapusan dan hilangnya data.

5. Simulasi

Karakteristik pada media baru ialah salinan dari media lama. Media baru akan menyalin segala informasi seperti yang dikemas dalam media lama, sehingga khalayak akan mudah terpengaruh oleh informais yang dikemas oleh media baru (2011, hlm 235).

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa media baru merupakan alat komunikasi aktual yang memiliki karakteristik hampir sama dengan media lama, namun perbedaannya dapat dibandingkan dengan informasi, teknologi, kebaruaruan, serta kemudahan yang tidak dapat dimiliki oleh media lama. Maka dari itu, media baru bersifat lebih terbuka, supel, dan dinamis dalam menyampaikan informasi kepada khalayak.

2.2.2.3 Aspek Media Baru

Media baru memiliki empat aspek yang dianggap sebagai aspek terpenting dalam penggunaannya. Lievrouw dan Livingstone menjelaskan terdapat 4C sebagai elemen dasar media baru, diantaranya:

1. *Convergence*

Media baru memiliki kemampuan dalam konsolidasi media lama (tradisional) dengan media modern, sebab maksud dari konvergensi ialah pemindahan media lama ke media baru tanpa mengurangi informasi yang akan disebarluaskan.

2. *Communication Network*

Media baru diharuskan menghubungkan antar pengguna agar dapat melakukan interaksi secara intensif dan memudahkan pemberian pesan.

3. *Computing and Information Technology*

Jika ingin disebut sebagai media baru, maka media tersebut harus mengandung unsur informasi, komunikasi, dan teknologi.

4. *Content and Digitized Media*

Hasil dari media baru ialah konten, maka jika masyarakat mendapatkan informasi melalui sebuah konten yang tersebar lewat internet maka hal tersebut merupakan bagian dari media baru (2006).

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa media baru memiliki elemen atau aspek yang sangat penting guna dapat digunakan serta dimanfaatkan oleh khalayak mencakup konten, informasi, teknologi, komunikasi, jaringan, yang dicirikan

sebagai pergeseran media. Media baru sebagai alat berperan sebagai media yang memberikan kemudahan dan efisiensi, membentuk jalinan komunikasi, dan membentuk polikel komunikasi virtual (Lievrouw dan Livingstone, 2006).

2.2.2.4 Ciri-Ciri Media Baru

McQuail dalam buku berjudul "*Mass Communication Theory*" memaparkan terdapat ciri-ciri utama mengenai media baru, diantaranya:

1. Komunikasi Timbal Balik

Media baru dapat menghasilkan umpan balik bagi penerima, sehingga penerima merupakan peran penting dalam berjalannya komunikasi mencakup hambatan dan kekurangan dari komunikasi.

2. Desentralisasi

Media baru dapat memberikan feedback terhadap para pengguna, sehingga komunikasi dapat dijalankan tergantung tangan pertama sang sumber komunikasi.

3. Kelenturan (fleksibilitas)

Media baru dapat membatasi isi dan pengguna media, sehingga aktivitas komunikasi yang dilakukan antar dua individu atau kelompok tidak dapat terjalin secara terus-menerus.

4. Integritas Tinggi

Media baru dihubungkan melalui kabel dan satelit sebagai upaya meminimalisir hambatan, sehingga setiap individu dapat mengakses media baru untuk berinteraksi antar sesama. (1987, hlm 17-18)

2.2.2.5 Kelebihan dan Kekurangan Media Baru

Syaibani dan Ahmad dalam “*New Media Teori dan Aplikasi* memaparkan terdapat kelebihan dan kekurangan dari media baru, yakni:

1. Kelebihan Media Baru

a) Interaktivitas

Media baru memiliki beragam fitur yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak guna membangun hubungan dengan sesama di dunia maya.

b) Ekonomi

Media baru dapat mengembangkan perekonomian sebagai media pemasaran untuk melakukan aktivitas jual beli secara online diberbagai wilayah dan negara.

c) Politik

Media baru dapat dimanfaatkan sebagai pengembangan dan presentasi politik mencakup kampanye, control politik, dan penyampaian keinginan.

d) Ilmu pengetahuan

Media baru memberikan akses kemudahan bagi penguanya, sehingga pengguna mendapatkan informasi secara terperinci dan baru.

2. Kekurangan Media Baru

a) Kredibilitas

Media baru memiliki kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan khalayak. Maka dalam membua konten, khalayk perlu mengenal kredibilitas konten mencakup isi, informasi, dan komunikator yang menyampaikan isi konten tersebut agar dapat membangun kepercayaan

berkepanjangan. Bila isi konten berasal dari sumber yang tidak kredibilitas, maka akan menciptakan fitnah bagi pembaca, pendengar, dan objek yang dituju.

b) Cyber crime

Media baru sebagai alat komunikasi yang luas tidak dapat membatasi penggunaannya, sehingga banyak oknum yang memanfaatkan media baru sebagai sarana kejahatan.

c) Pornografi

Media baru sebagai alat penambah wawasan dan pemasaran dapat dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dengan membuat akses situs dewasa yang dapat diperjualbelikan (2011).

2.2.3 Media Sosial

2.2.3.1 Definisi Media Sosial

Di zaman modern ini, tidak dapat disangkal bahwa kehidupan manusia saat ini tidak dapat dipisahkan dari media sosial. Media sosial memegang peran penting di hampir segala lini masyarakat. Mulai dari pengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang trend di masyarakat. Jadi, tak heran lagi apabila banyak yang menyebutkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu hal yang paling penting bagi semua orang. Nasrullah menjelaskan bahwa media sosial merupakan alat yang terhubung kedalam internet untuk mempresentasikan dirinya didepan khalayak dengan meakukan sosialisasi,

kerjasama, berbagi, dan berkomunikasi sehingga dapat membentuk sebuah interaksi sosial secara virtual (2017, hlm 11).

Media sosial dapat dipahami sebagai platform digital yang memberikan kesempatan kepada semua pengguna untuk melakukan aktivitas sosial. Misalnya kegiatan yang dapat dilakukan di media sosial antara lain berkomunikasi atau berinteraksi untuk memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto atau video. Media sosial menurut Van Dijk dalam Nasrullah pada dasarnya adalah bagian dari evolusi internet. Keberadaanya puluhan tahun yang lalu memungkinkan media sosial untuk berkembang. dan berkembang pesat seperti saat ini, hal ini yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapanpun dan dimanapun (2017).

Berikut dibawah ini merupakan defines media sosial menurut para ahli, diantaranya:

“Media sosial merupakan media yang digunakan oleh konsuen untuk berbagi teks, gambar, audio, dan video informasi dengan satu sama lain dengan perusahaan atau sebaliknya.” (Kotler dan Keller, 2016 hlm 642)

“Media sosial merupakan media komunikasi manusia dengan karakteristik, partisipasi, terbuka, percakapan, komunitas dan keterhubungan.” (Veil, Buehner, dan Palenchar, 2011)

“Media sosial merupakan penerbitan online dan alat-alat komunikasi, situs dan tujuan dari web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi.” (Genulius, 2011 hlm 358)

Ketiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat yang membantu manusia untuk saling menghubungkan satu sama lain dengan memanfaatkan teknologi internet, cara manusia berinteraksi dalam media sosial

dengan mengirim pesan teks, audio dan video secara cepat dan terbuka. Manusia saling berinteraksi di media sosial sebab ingin menambah pertemanan, bersosialisasi sesama pengguna, dan saling mengenal satu sama lain.

Media sosial memiliki ciri-ciri seperti, memiliki pesan yang akan disampaikan pada orang yang dituju, pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya akan disampaikan secara bebas tanpa menghubungkan *gatekeeper* sehingga media sosial lebih memudahkan dibanding media lain. selanjutnya, penerima akan menerima pesan yang disampaikan, dalam melakukan tanggapan atau balasan pesan penerima memiliki hak untuk menentukan waktu kapan terjadinya interaksi tersebut dilakukan (Rizky, 2021 hlm 42).

2.2.3.2 Fungsi Media Sosial

Setelah mengetahui dan memahami mengenai definisi tentang media sosial secara umum dan berdasarkan ahli, bagian ini menjelaskan cara kerja media sosial. Sebagai salah satu platform digital paling umum saat ini, media sosial telah berhasil menghubungkan hampir semua orang dengan akses internet. Namun, fungsi media sosial ternyata tidak hanya sebatas itu saja, banyak fungsi lain yang bisa didapatkan. Berikut fungsi media sosial yang dipaparkan oleh Puntoadi, yaitu:

1. Media sosial sebagai sarana membangun branding

Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media ditentukan oleh khalayak sebagai audiens atau pengikut sebuah akun sosial media. branding dalam media sosial dinilai sebagai trik popularitas seseorang

dalam menjalankan komunikasi dan interaksi, sehingga hasilnya banyak pengguna yang mengalami peningkatan jumlah pengikut akibat komunikasi atau interaksi yang dilakukan dengan sesama pengguna media sosial.

2. Media sosial sebagai saran komunikasi

Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan khalayak. media sosial digunakan oleh pengguna sebagai saan komunikasi dan berniaga. Dalam memanfaatkan fiturnya, media sosial dianggap sebagai media efektif sebab dapat menyebarkan konten secara luas sehingga pengguna mampu berinteraksi secara personal (2011, hlm 5)

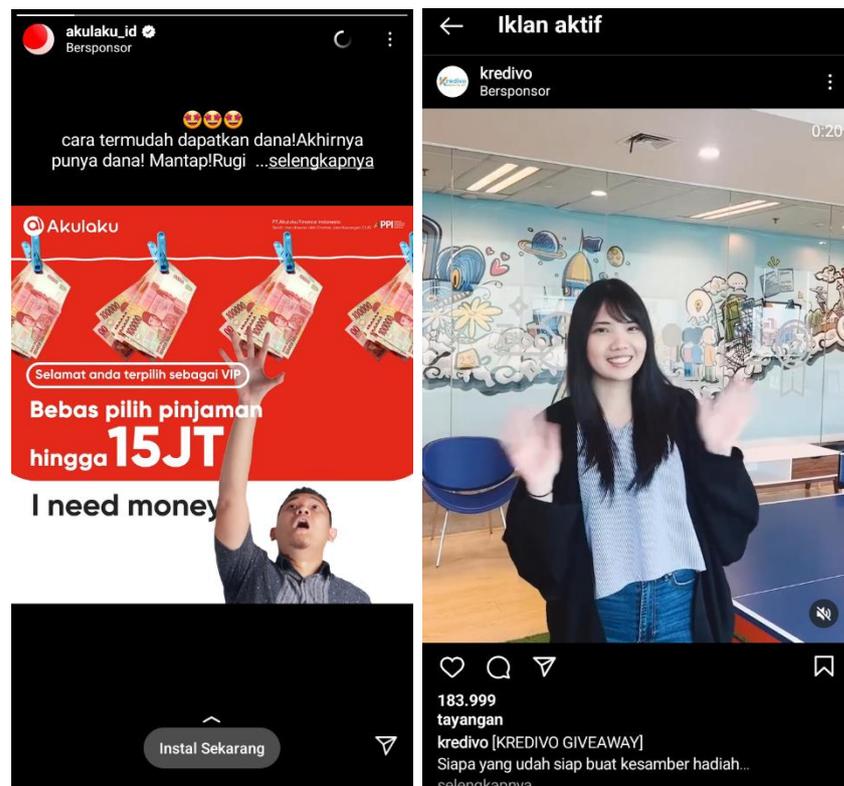
2.2.2.3 Kaitan Media Sosial Dengan Pinjaman Online

Pinjaman online merupakan kebudayaan baru bagi sebagian masyarakat, dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dan gaya hidup banyak dari masyarakat yang tak segan untuk melakukan pinjaman online. Kasus pinjaman online di Indonesia masih menjadi kontroversi sebab merugikan satu pihak yang dilatarbelakangi oleh kurangnya literasi. Kasus pinjaman online masih marak terjadi di Indonesia. Beberapa waktu lalu media sosial diramaikan dengan kabar seorang guru di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, yang terjerat utang pinjol ilegal hingga ratusan juta rupiah. (dilansir dalam Kompas.com).

Asteria Diantika dalam Jurnal “Terpaan Informasi Pinjaman Online di Media Online dan Terpaan E-WOM di Grup Facebook Pinjaman Online dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat dalam Penggunaan Pinjaman Online” memaparkan

bahwa tingkat literasi masyarakat dinilai cukup rendah, sehingga masyarakat kurang mengerti prosedur penggunaan pinjaman online seperti apa (dalam Arfian dan Djoko, 2020). Pada survey 2017, sekitar 501 masyarakat mendaftarkan diri untuk melakukan pinjaman online dalam internet, salah satunya ialah media sosial facebook.

Demikian, agar kasus pinjaman online dalam media sosial dapat diminimalisir, terdapat perlindungan hukum bagi masyarakat sebagai konsumen pinjaman online, diantaranya UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 39 tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia Pasal 29 Ayat (1) dan Pasal 30, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 77 /POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Teknologi Informas sesuai dengan pedoma pemerintah pada OJK No. 77 /POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Teknologi Informasi karena faktanya ditemukan pelanggaran hukum baik oleh perusahaan pinjaman online legal maupun ilegal (dalam Arvante, 2022).



Gambar 2. 4 Pinjaman Online Legal dalam Media Sosial

Sumber: Akun Instagram @akulaku & @kredivo

Kasus pinjaman online ilegal yang mulai merebak di kalangan anak muda dan media sosial tentunya membuat sebagian khalayak menjadi was-was dalam mencari pinjaman online yang telah dilindungi oleh pemerintah. Maka dapat disimpulkan bahwa kaitan pinjaman online dengan media sosial ialah sebagai media informasi bahwa pinjaman online yang telah teridentifikasi atau aman, dapat melakukan kegiatan periklanan dalam media sosial tanpa harus melakukan promosi secara personal melalui SMS dan Whatsapp.

2.2.4 Pinjaman Online

2.2.4.1 Definisi Pinjaman Online

Pinjaman Online adalah layanan meminjam uang yang ditawarkan oleh penyedia layanan keuangan online. Karena dengan system virtual, pinjaman online tidak memerlukan angunan. Pinjaman online merupakan inovasi teknologi keuangan yang memudahkan masyarakat untuk meminjam uang. Pinjaman online termasuk kedalam konvergensi budaya, sebab menekankan pertumbuhan jaringan teknologi dalam sektor ekonomi (Indraddin & Irwan, 2016). Pinjaman online dalam OJK merupakan penyajian jasa keungan untuk mempertemukan pemberi dan penerima pinjaman dengan melakukan perjanjian meminjam mata uang rupiah melalui sistem elektronik (Pribadiono, 2016).

Pinjaman Online adalah jenis pinjaman yang cukup diajukan secara online melalui aplikasi ponsel, tanpa perlu tatap muka. Cara ini memudahkan dan cepat dalam proses dalam pengajuan pinjaman. Pinjaman online berkembang sangat pesat di Indonesia. Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkannya menjadi daya Tarik tersendiri. Pengajuan kredit yang dikenal lama dan rumit, tetapi sekarang bisa dilakukan dengan cepat, mudah, online, tanpa tatap muka. Peminjamn hanya mengunduh aplikasi pinjaman melalui Google Play Store atau melalui APK.

Tris Yulianta selaku Direktur Pengaturan Perizinan dan Pengawasan Fintech OJK dalam Hari & Regent menjelaskan bahwa khalayak lebih suka memanfaatkan fasilitas dalam layanan *peer to peer landing* dan layanan pembayaran sebab saat ini masyarakat khususnya yang memiliki usaha memilih untuk mendapatkan pinjaman lewat internet karena kemudahan dalam pencairan serta persyaratan, dan

meningkatnya pertumbuhan bisnis digital Indonesia (2021). Peer to peer lending atau lebih dikenal dalam sebutan pinjaman online (pinjol) dibuat oleh penyelenggara fintech berupa pinjaman dana dengan pengembalian berupa dana yang dipinjamkan (Basrowi, 2019).

2.2.4.2 Jenis Pinjaman Online

Maraknya pinjaman online yang dilakukan oleh masyarakat menimbulkan beberapa persoalan, salah satunya ialah banyak masyarakat yang terjerat kasus pinjaman online ilegal dengan mendapatkan serangan berupa terror dan perlakuan tak senonoh dari sang peminjam. Dikutip pada laman ojk.go.id terdapat dua jenis pinjaman online, yakni pinjalam online ilegal dan legal. Berikut paparannya:

1. Pinjaman Online Ilegal

Pinjaman online ilegal merupakan transaksi peminjaman uang secara virtual tanpa pengawasan OJK. Dilansir pada laman ojk.go.id terdapat 168 entitas dalam kejahatan pinjaman online (2022). Alasan pihak pinjaman online ilegal tidak mendaftarkan usahanya kepada OJK sebab perusahaan tidak dapat memenuhi persyaratan, dan enggan mengikuti peraturan yang dinilai cukup sukar untuk diikuti serta cukup ketat (Budiyanti, 2019). Raden dan Bambang menjelaskan bahwa sejak tahun 2018, OJK telah memblokir 947 oknum pinjaman online tak berizin (2019). Agar masyarakat tidak mudah tertipu, maka terdapat ciri-ciri pinjaman online ilegal atau tidak berizin, diantaranya tidak terdaftar di OJK, memberikan penawaran lewat pesan SMS dan Whatsapp, memberikan pinjaman secara mudah, kurang nya keterangan

mengenai bunga dan denda yang harus dibayarkan, adanya intimidasi ketika telat melakukan pembayaran, tidak ada layanan pengaduan, peminjam tidak mengetahui identitas pihak pinjaman online, pihak tidak memiliki sertifikasi dari AFPI (Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia). Rizki dalam Raden dan Bambang menjelaskan bahwa LBH mencatat beberapa pelanggaran hukum dan hak asasi manusia dalam melakukan pinjaman online, diantaranya bunga yang tinggi, penyebaran data pribadi, penyebaran foto dan nomor peminjam, aplikasi berganti nama tanpa sepengetahuan peminjam, pembayaran double dengan alibi pembayaran tidak masuk kedalam sistem, data pribadi digunakan oleh oknum untuk melakukan pinjaman pada aplikasi lain, bunga terus berkembang akibat salah mencantumkan nomor virtual account (2019, hlm 384). Raden dan Bambang menjelaskan terdapat kerugian yang diperoleh melalui pinjaman online ilegal diantaranya tindakan pinjol ilegal merupakan kedok untuk melakukan kegiatan pencucian uang, penyalahgunaan data yang ada dalam handphone sehingga dapat di salah gunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, kehilangan potensi penerimaan pajak, kurangnya pengetahuan masyarakat sehingga banyak dari mereka yang melakukan transaksi kredit tanpa meliahat informasi ketentuan kredit, NPL pinjol ilegal lebih berisiko, serta banyaknya keluhan mengenai penagih yang kurang sopan (2019, hlm 384-385).

2. Pinjaman Online Legal

Pinjaman online legal merupakan layanan keuangan online dalam melakukan peminjaman uang melalui perjanjian dalam teknologi internet. Esitas

pinjaman online legal yang terjamin, telah terdaftar dalam situs OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Pada pasal 20 POJK No.77/2016 menyatakan bahwa perusahaan pinjaman online yang terdaftar dalam OJK memiliki nomor dan tanggal perjanjian, identitas dari pihak perusahaan, adanya ketentuan yang berlaku, jumlah peminjaman yang jelas, keterangan bunga yang harus dibayarkan, jangka ansuran, serta waktu, memiliki sertifikasi dari AFPI, hanya mengizinkan penggunaan mikrofon, kamera dan lokasi. Kelebihan menggunakan pinjaman online lebih banyak dibanding kerugiannya, yakni masyarakat terjauh dari pemerasan akibat perusahaan yang belum terkonfirmasi melalui OJK, serta memudahkan masyarakat untuk menjalankan usaha dan dana darurat.

2.2.4.3 Keuntungan Pinjaman Online

Santi menjelaskan bahwa terdapat lima keuntungan yang dapat masyarakat rasakan ketika melakukan pinjaman online, diantaranya:

1. Syarat Mudah

Perbedaan pinjaman online dengan pinjaman konvensional berdasarkan jaminan yang dapat dipertanggungjawabkan. Hal tersebut tentunya menjadi perbedaan besar antara sistematika pinjaman online dengan konvensional, sehingga banyak masyarakat yang memilih pinjaman online pinjaman yang diberikan oleh lembaga keuangan konvensional.

2. Fleksibel

Pinjaman online yang ditawarkan oleh beberapa perusahaan aplikasi ialah kemudahan. Masyarakat tidak perlu mendatangi kantor untuk mengajukan pinjaman, mereka cukup menginstal aplikasi dan memenuhi syarat yang telah ditentukan.

3. Proses Cepat

Sama halnya dengan persyaratan, pinjaman online lebih memudahkan pencairan karena masyarakat hanya butuh mengupload berkas yang telah ditentukan didalam aplikasi. Hal ini berbanding terbalik dengan pinjaman yang diberikan oleh lembaga keuangan konvensional yang sering melakukan observasi terlebih dahulu dengan mengunjungi rumah dan melakukan wawancara singkat secara tatap muka.

4. Beragam Jenis Pinjaman

Pada hal ini, pinjaman online memiliki fungsi yang sama dengan lembaga keuangan konvensional yakni menawarkan pinjaman dalam beragam jenis produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti keperluan modal usaha cicilan rumah, elektronik, dan lainnya.

5. Kalkulator Kredit

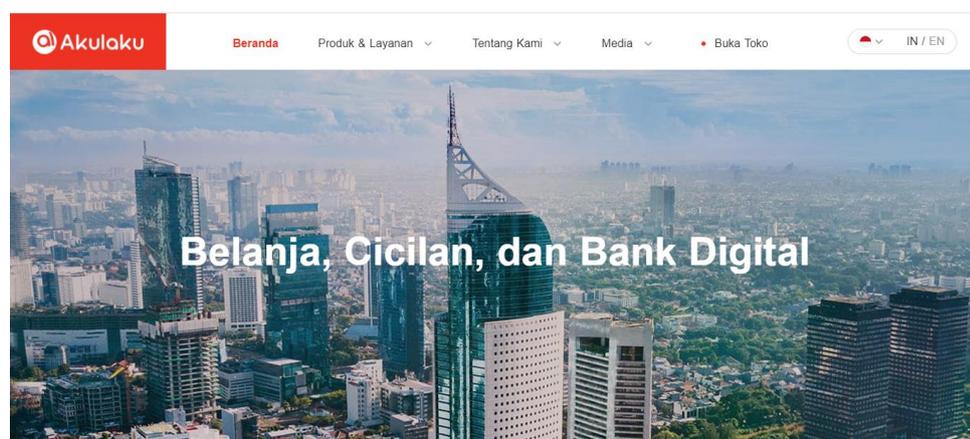
Kalkulator kredit digunakan dalam aplikasi pinjaman online untuk menghitung banyaknya dana yang akan dipinjam oleh masyarakat tanpa harus mengajukan pinjaman berlandaskan gaji (2019, hlm 116-127).

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa pinjaman online memiliki keuntungan dibanding pinjaman yang diajukan oleh lembaga keuangan konvensional yaitu syarat yang mudah untuk dilakukan masyarakat seperti mengupload data diri berupa KTP,

KK, dan NPWP, kemudian masyarakat dapat menunggu proses selama beberapa menit dan dana siap untuk dicairkan. Aplikasi pinjaman online memiliki fitur kalkulator kredit yang dapat menghitung dana kredit yang ingin dipinjam, kemudian pinjaman online memberikan beberapa opsi pinjaman sesuai kebutuhan masyarakat.

2.2.4.4 Aplikasi Akulaku

Akulaku adalah perusahaan fintech berbasis aplikasi online terbesar di pasar Asia Tenggara. Akulaku menyediakan layanan keuangan kelas dunia yang dikelola secara fleksibel dengan menawarkan kredit dalam bentuk tunai dan kredit komoditas. Tujuan dari platform ini adalah untuk menyediakan ekosistem keuangan yang kuat bagi mitra dan konsumen untuk mencapai standart hidup yang lebih tinggi dan lebih layak. Akulaku sebagai pinjaman online memungkinkan kamu untuk bisa kredit apa saja, kapan saja dan dimana saja hanya dengan mengunduh aplikasinya lewat Appstore dan Playstore.



Gambar 2. 5Website Akulaku

Sumber: www.akulaku.com

Akulaku memiliki visi dan misi dalam mengembangkan perusahaan dan mensejahterakan perekonomian masyarakat, dilansir pada website resmi Akulaku berikut visi misi yang dikelola oleh Akulaku, ialah:

1. Misi Akulaku

“Memberdayakan 50 juta pengguna yang kurang mendapat pelayanan terbaik di 10 negara dengan layanan keuangan digital yang lebih baik, cepat, dan nyaman pada 2025. Serta membangun jaringan baru sistem pembayaran kredit dan debit virtual untuk non perbankan dan merchant.”

2. Visi Akulaku

- a) Menjadi perusahaan yang bergerak di bidang finance technology terpercaya dan Tangguh
- b) Berperan meningkatkan kualitas hidup konsumen lewat layanan keuangan digital
- c) Percaya pada potensi kredit setiap pelanggan dan memberikan layanan finansial murah, mudah, dan tersesuaikan

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Fenomenologi

Fenomenologi dapat diartikan sebagai pengalaman hidup sebagai cara bagi individu untuk bagaimana hidup mempelajari subjektif serta merasakan pengalaman dan memberikan makna pada fenomena tersebut. Alfred Schutz pertamakali mengusulkan bahwa fenomenologi dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesadaran menggunakan konsep intersubjektif. Dalam penerapan

metode penelitian kualitatif dengan menggunakan studi fenomenologi, Schutz selalu dijadikan panutan karena dapat memahami perihal rasa tak terbentuk serta dalam penelitian ilmu sosial Schutz menjadi manusia pertama yang mempresesntasikan fenomenologi.

Proteksi dalam fenomenologi sosial mengkaji intersubjektivitas untuk menjawab pertanyaan seperti apa motif dan tindakan yang diinginkan orang lain, mengenal keberadaan manusia dalam lingkungan sosial, dan pemahaman yang mendalam tentang terjadinya hubungan timbal balik. Tujuan fenomenologi adalah mengeksplorasi indera subjek dan kesadaran pengalaman. Dalam peristiwanya, fenomenologi merupakan pengalaman atau peristiwa.

2.3.2 Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi berawal dari kata "*Phemomenon*" yang artinya keadaan yang terjadi secara nyata, sedangkan "*Logos*" yang berarti ilmu. Fenomenologi ialah basis untuk memahami sesuatu secara sadar agar dapat memahami fenomena melewati pengalaman. Kuswarno (2009) menjelaskan bahwa fenomenologi berusaha untuk mencari eksposiis makna dan konsepsi dalam konteks intersubjektivitas. Hal ini mengasumsikan bahwa manusia sebagai objek dan subjek yang sangat aktif dalam mempelajari fenomena sekitar sebagai pengalaman hidup.

Fenomenologi menggambarkan perilaku manusia merupakan sebuah fenomena tingkah laku yang dilakukan secara sadar dan mencari pemahaman dalam membangun makna konsep yang bersifat intersubjetivitas. Schutz juga

menggambarkan fenomenologi sebagai pendekatan yang sistematis, komprehensif serta praktis untuk memahami masalah sosial. Sebagai penghubung konseptual, ide Schutz berguna untuk penilaian fenomenologis yang bersifat sosial secara bersama. Pemikirannya merupakan akar kontemplasi murni karena sebagai sosiolog pemikiran Schutz sangat intim dengan Weber tentang sebuah makna dan motif.

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi Schutz mengembangkan tiga dalil 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 di pertanggungjawabkan atau tidak. kah bisa di pertanggungjawabkan atau tidak.

2. *The Postulate of Subjective Interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)

Peneliti perlu memahami segala tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan yang nyata.

3. *The Postulate of Adequacy* (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji intersubjektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubjektivitas adalah upaya untuk menjawab 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 dapat terjadi?

Fenomenologi Svchutz mengutarakan realitas intersubjektif yang bersifat sosial.

Intersubyektivitas 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 memilii sifat distribusi secara sosial.

Tindakan sendiri dibentuk karena adanya motif dari seseorang, Schutz mengkaji bahwa tindakan yang dilakukan manusia dapat memberikan makna yang berarti bagi kehidupannya. Tindakan yang dilakukan subjek atas motif dapat menghasilkan makna tersendiri, bahwasanya pembentukan objek dilakukan atas pengalaman pribadi subjek yang melatarbelakangi kehidupan tertentu. Fenomenologi Schutz dapat mempelajari bagaimana seseorang dapat mempelajari lingkungan sekitar. Untuk mempelajari interaksi sosial Schutz mengatakan ada empat tipe ideal dalam fenomenologi, diantaranya:

- a) *The Eyewitness* (saksi mata): seseorang yang dapat memberitahu pesan kepada peneliti yang telah terjadi dan diamati oleh orang tersebut.
- b) *The Insider* (orang dalam): seseorang yang memiliki koneksi dengan suatu organisasi daripada peneliti. Peneliti menerima informasi dari orang dalam sebagai bukti benar karena pengetahuannya lebih luas daripada peneliti.
- c) *The Analyst* (analisis): seseorang memberikan informasi penting pada peneliti dengan mengumpulkan dan mengategorikan secara relevan.
- d) *The Commentator* (komentar) terdapat empat elemen pokok pemberi komentar fenomenologi sosial, yaitu:
 1. Perhatian terhadap actor.
 2. Perhatian terhadap kenyataan pokok dan sikap alamiah.
 3. Memusatkan perhatian pada masalah mikro.
 4. Memperhatikan perubahan melalui proses pertumbuhan tindakan untuk memahami tatanan masyarakat dalam aktivitas sehari-hari.

Konsep Fenomenologi Schutz berfokus kepada ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh individu yang terdiri dari keterampilan pengetahuan dan pengetahuan yang berguna sehingga nantinya akan merujuk pada sebuah isi, makna, intensitas, dan waktu. Hal tersebut membuat Schutz terpaku kedalam keseharian yang menghasilkan sebuah ilmu sosial.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah kerangka yang diperuntukan untuk memecahkan suatu masalah. Kerangka pemikiran sangat dibutuhkan sebagai alat peneliti berupa

teori, pendapat para ahli yang pasti dan kuat. Sobur (2013) menerangkan bahwa fenomenologi bukan hanya mencari motif saja, namun tindakan dan makna yang dihasilkan dalam pengalaman tersebut. Schutz memaparkan bahwa fenomena sosial terdiri dari sebuah interaksi yang dilahirkan dari hasil pemikiran seseorang dalam dunia yang intersubjektif. Fenomena pinjaman online di Kota Bandung merupakan suatu fenomena yang terlihat bahkan dianggap sebagai kebudayaan baru dan gaya hidup oleh beberapa masyarakat.

Schutz menjelaskan model dari tindakan manusia yang dilalui oleh proses dan dinamikan “Tindakan” dalam bukunya fenomenologi dijelaskan bahwa :

“Tindakan sejauh ini mengacu pada Tindakan manusia dalam berhubungan suatu yang lain dan lingkungannya.” (2009:39)

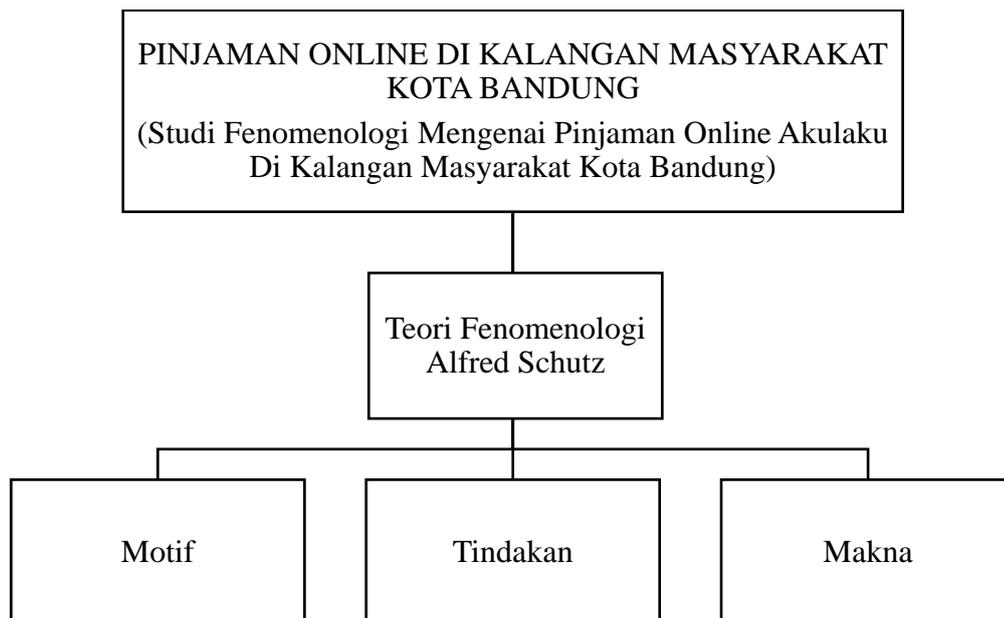
Dalam teori ini melihat bahkan dari tindakan ditunjukkan dalam proses yang lebih dalam lalu ditransformasikan pada pikiran kita menjadi sulit keluar lagi serta memiliki konsekuensinya pada usaha memperluas sosiologi fenomenologi sebagai sebuah teori tentang masyarakat.

Pinjaman online merupakan sebuah fenomena yang banyak terjadi diberbagai kalangan. Masyarakat menggunakan pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam aspek ekonomi, sosial, dan gaya hidup. Pinjaman online akulaku pada tahun 2022 berjumlah 12 juta orang, maka peneliti tertarik untuk mengetahui motif, tindakan, dan makna masyarakat dalam menggunakan pinjaman online akulaku. Untuk mendapatkan jawaban yang tepat, peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz sebagai tolak ukur pemecah masalah, sebab teori

tersebut dapat mengungkapkan tindakan manusia menjadi jalinan sosial dengan memberikan makna tertentu terhadap tindakan yang dilakukan.

Atas dasar teori teori tersebut, peneliti akan menjawab pertanyaan seperti motif, tindakan, dan makna berdasarkan pengalaman peminjam pinjaman online Akulaku. Dalam sebuah penelitian terdapat kerangka pemikiran yang menjadi sebuah acuan untuk menemukan jawaban dari beragam masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini dalam penelitian berjudul **“PINJAMAN ONLINE DI KALANGAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG (Studi Fenomenologi Mengenai Pinjaman Online Akulaku Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung).”** Maka dari itu, peneliti membentuk kerangka berfikir seperti gambar dibawah ini:

Gambar 2. 6 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Alfred Schutz, 2009