

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Pada penyusunan penelitian yang peneliti buat, peneliti mengambil beberapa sumber yang peneliti jadikan referensi yang menjadi sebuah acuan dalam pengerjaan penelitian ini. Beberapa referensi peneliti dapat dari buku, lalu peneliti melakukan review penelitian sejenis pada penelitian terdahulu untuk menjadi sebuah acuan dalam perbandingan pada saat melakukan penelitian, sehingga padat memperluas wawasan mengenai teori yang akan digunakan.

Antara lain :

- 1) Fani Fananda (142050058) Universitas Pasundan, judul penelitian Fenomena Lapis Bogor Sangkuriang di Kalangan Masyarakat. Metode yang digunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori fenomenologi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui fenomena Lapis Bogor Sangkuriang di kalangan masyarakat sebagai referensi bagi masyarakat yang akan membeli ikon oleh-oleh Kota Bogor. Hasil penelitian ini adalah bahwa motif masyarakat membeli Lapis Bogor Sangkuriang karena memiliki rasa yang enak dan membuat masyarakat merasa ketagihan. Tindakan yang dilakukan masyarakat setelah menikmati Lapis Bogor membelinya kembali.
- 2) Kurnia Ningsih mahasiswi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, judul penelitian Komunikasi Sosial Anak Jalanan. Metode yang digunakan

dengan menggunakan metodologi kualitatif sebagai penulisan dalam penelitian dengan menggunakan teori fenomenologi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bentuk komunikasi sosial anak jalanan terhadap lingkungan sekitarnya. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk komunikasi sosial pada anak jalanan berlangsung secara dominan dengan orang-orang di sekitar jalanan. Bentuk komunikasi sosial berlangsung dalam situasi memaksa, otoritatif, konflik, mengganggu, membiarkan, suka rela, dan rayuan. Komunikasi sosial anak jalanan melalui pesan verbal dan non verbal, secara spesifik disesuaikan dengan kepentingan mereka beraktivitas di jalanan.

- 3) Cut Qonita Gusmar mahasiswi Universitas Sumatera Utara, judul penelitian Millennial dan Boba (Studi Kasus Gaya Hidup Millennial di Perkotaan). Metode yang digunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara mendalam dengan memakai pedoman wawancara (Interview Guide) dan analisis secara mendalam untuk mendapatkan data yang diinginkan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penyebab dari perubahan gaya hidup yang konsumtif yang terjadi pada kalangan millennial dan bagaimana cara gaya hidup mereka diperkotaan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa gaya hidup para generasi millennial telah mengalami pergeseran yang mencakup perilaku, budaya, komunikasi, dan teknologi dimana salah satunya terjadi pergeseran nilai budaya yang konsumtif pada millennial. Millennial cenderung mengkonsumsi sesuatu yang bukan lagi berdasarkan nilai guna

atau kebutuhan melaikan mengutamakan nilai simbol dan tanda. Juga penyebab terjadinya dikarenakan oleh adanya pergeseran akibat teknologi. Dengan adanya boba menurut millennial, minuman ini menjadi sebuah tren yang membawa pesan dan gaya hidup pada suatu komunitas yang menjadi bagian dari kehidupan sosial. Dengan membeli suatu merek-merek yang dianggap ternama, akan menimbulkan perasaan diri lebih di dalam diri para penggunanya.

- 4) Hasyendra Rahmad mahasiswa Universitas Islam Riau, Judul penelitian Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman “Xiboba” Dikalangan Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Minuman Xiboba Jl. Ronggo Warsito-Pekanbaru). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik mencari data melalui kuesioner. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba yang terjadi di kalangan generasi milenial.

Tabel 2.1. 1

Review Penelitian Sejenis

5) No.	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fani Fananda, 2018 Judul Penelitian: Fenomena Lapis Bogor Sangkuriang di Kalangan Masyarakat (Studi Fenomenologi Lapis Bogor Sangkuriang di Kalangan Masyarakat)	Deskriptif Kualitatif	Teori Dari Alfred Schutz “Fenomenologi”	Motif masyarakat membeli Lapis Bogor Sangkuriang karena memiliki rasa yang enak dan membuat masyarakat merasa ketagihan, tindakan yang dilakukan masyarakat setelah menikmati Lapis Bogor membelinya kembali.	Menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Scultz dan menggunakan makanan sebagai objek penelitian.	Penelitian ini berlokasi di Kota Bogor dan menggunakan paradigma postpositivisme.
2.	Kurnia Ningsih, 2014 Judul Penelitian: Komunikasi Sosial Anak Jalanan (Studi Fenomenologi	Deskriptif Kualitatif	Teori Dari Alfred Schutz “Fenomenologi”	Menunjukkan bentuk komunikasi sosial anak jalanan berlangsung secara dominan dengan lingkungan di sekitar anak jalanan. Bentuk komunikasi berlangsung dalam	Menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz dan menggunakan metode kualitatif dalam penulisan penelitian.	Penelitian ini menggunakan anak jalanan sebagai objek penelitian dan penelitian ini berlokasi di kota Makassar.

	Terhadap Anak Jalanan di Kota Makassar)			situasi memaksa, otoritatif, konflik, mengganggu, membiarkan, sukarela, dan rayuan.		
3.	Cut Qonita Gusmar, 2021 Judul Penelitian: Millenial dan Boba (Studi Kasus Gaya Hidup Millenial di Perkotaan)	Deskriptif Kualitatif	Teori Dari Jean Baurdillard “Analisis Teori Konsumsi”	Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup generasi millenial telah mengalami pergeseran berupa perilaku, budaya, komunikasi, dan teknologi yang mengakibatkan pergeseran budaya konsumtif pada milenial. Dengan adanya boba tren minuman ini membawa pesan dan gaya hidup bagi suatu komunitas yang menjadi bagian dari kehidupan sosial.	Menggunakan metode kualitatif dalam penulisan penelitian dan menggunakan teknik wawancara dan observasi.	Menggunakan analisis teori konsumsi dari Jean Baurdillard dan untuk mencari tahu penyebab perubahan gaya hidup konsumtif pada millenial dan mencari tahu bagaimana gaya hidup millenial di perkotaan.

4.	<p>Hasyendra Rahmad, 2021</p> <p>Judul Penelitian: Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman “Xiboba” Dikalangan Generasi Milenial</p>	Deskriptif Kuantitatif	Teknik Pengumpulan Data Kuesioner	Berdasarkan uji F diperoleh bahwa kemasan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 62,48% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini	Sama sama membahas minuman boba. Remaja atau generasi milenial menjadi objek dalam penelitian.	Menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Penelitian berlokasi di Pekanbaru.
----	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	-----------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan atau berkaitan di antara konsep satu terhadap suatu konsep yang lainnya dari suatu masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Kerangka konseptual ini digunakan untuk menghubungkan atau menjabarkan secara panjang lebar suatu topik yang akan peneliti bahas.

2.2.1. Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu bahasa yang ditunjukkan oleh manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya. Manusia sebagai mana mestinya adalah makhluk sosial yang akan saling berhubungan dengan manusia lainnya untuk bisa berinteraksi. Manusia sendiri selalu memiliki rasa keingin tahuan yang besar mengenai apapun yang ia ingin ketahui di sekitarnya. Dari rasa keingin tahuan itu maka memaksakan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lainnya. Pengertian komunikasi sendiri berasal dari bahasa Latin, yaitu *communis*, yang berarti “sama”. *Communico*, *communicatio* atau *communicare* berarti membuat sama (*make to common*). Dapat disimpulkan bahwa adanya pemahaman yang sama antara penyampai pesan dan penerima pesan.

Menurut **Mulyana** yang dikutip dari **Miller** di dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa :

Komunikasi adalah situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (2002:54).

Manusia pada hakikatnya ialah makhluk yang memiliki perbedaan yang beraneka ragam, dari keaneka ragaman itulah menjadikan manusia makhluk yang saling berinteraksi untuk saling mengenal individu satu sama lain. Selain untuk mengenal satu sama lain, manusia juga berinteraksi untuk kepentingan dan kebutuhan masing-masing. Dari situ muncullah interaksi yang menjadi sebuah komunikasi dari individu satu ke individu lainnya.

Menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** mengatakan bahwa :

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya (2003:28).

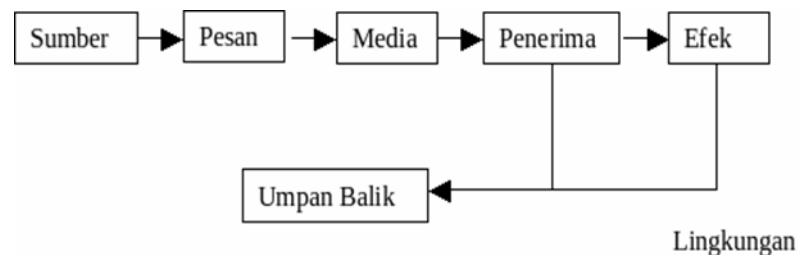
Maksud pernyataan di atas tersebut ialah, jika dilihat dari “bahasa” komunikasi, maka ungkapan di atas ialah sebuah pesan (*message*) yang disampaikan oleh seseorang. Dan komunikator (*communicate*) adalah sebutan untuk orang yang menyampaikan pesan. Dengan begitu, maka dapat kita tegaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan.

Jadi komunikasi dapat terjadi bila terdapat suatu kesamaan makna mengenai suatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya. Jika tidak ada kesamaan makna di antara keduanya, atau bisa disebut salah seorang komunikan tidak mengerti dengan pesan yang diterimanya, maka akan mengalami kesulitan dalam berkomunikasi. Kesamaan yang terdapat dalam makna, kesamaan

yang didapat dari pengalaman komunikator dengan komunikan menjadi suatu hal penting dalam menjalin sebuah komunikasi itu sendiri, hal ini dimaksudkan untuk menghindari timbulnya kesukaran dalam pemahaman satu sama lain, atau bisa dikatakan situasi menjadi tidak komunikatif namun malah menimbulkan terjadinya suatu miskomunikasi.

2.2.1.1. Unsur-Unsur Komunikasi

Terjadinya suatu proses komunikasi minimal dengan terdiri dari tiga unsur utama menurut Model Aristoteles, yaitu pengirim pesan/komunikator, pesan, penerima pesan/komunikan. Komunikasi dapat terjadi apabila ada beberapa hal yang menyertainya, seperti komponen atau unsur komunikasi lain sebagai berikut:



Tabel 2.2.1. 1 Unsur-Unsur Komunikasi

(1) Sumber

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan arti apa yang akan dikirimkan kemudian menyandikan arti tersebut ke dalam suatu pesan. Sesudah itu baru dikirim melalui saluran.

(2) Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

(3) Media

Media atau saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima. Media yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat kita lihat dan kita dengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda-beda. Kita dapat menggunakan bermacam-macam alat untuk menyampaikan pesan seperti buku, radio, film, televisi, surat kabar tetapi saluran pokoknya adalah gelombang suara dan cahaya. Di samping itu kita juga dapat menerima pesan melalui alat indera penciuman, alat pengecap, dan peraba.

(4) Penerima

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirimkan oleh sumber tersebut. Penerima pesan ini berupa satu individu saja atau kelompok. Penerima pesan dalam komunikasi ini harus ada, karena apabila suatu komunikasi tidak memiliki penerima, maka hal tersebut tentu saja tidak dapat dinamakan komunikasi.

(5) Efek

Efek adalah respon terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Bila arti pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim diinterpretasikan sama oleh si penerima berarti komunikasi tersebut efektif.

2.2.1.2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** mengutip bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni sebagai berikut :

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang terhadap orang lain.

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikasi sebagai sasarannya berada di tempat yang *relative* jauh atau jumlahnya banyak. (2003:1)

2.2.1.3. Konseptualisasi Komunikasi

Komunikasi terdiri dari 3 konseptualisasi seperti yang dikemukakan oleh **Wenbug** dan **Wilmot** dalam buku **Deddy Mulyana** yang berjudul **Ilmu Komunikasi Pengantar**, yaitu :

a) Komunikasi Sebagai Tindakan Satu Arah

Komunikasi merupakan kegiatan menyampaikan pesan dan informasi yang searah dari komunikator kepada komunikasinya. Sehingga komunikasi dianggap mulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran, dan tujuannya.

b) Komunikasi Sebagai Interaksi

Komunikasi dengan proses sebab akibat atau aksi reaksi yang bergantian. Konseptualisasi ini dipandang lebih dinamis namun masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima pesan walaupun peran bisa dilakukan secara bergantian.

c) Komunikasi Sebagai Transaksi

Proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Dalam konseptualisasi ini komunikasi dianggap telah berlangsung bila menafsirkan perilaku orang lain. (2007:67).

2.2.2. Fenomenologi

Fenomenologi merupakan suatu istilah etimologis fenomena yang berasal dari bahasa Yunani yaitu *phainomai* yang memiliki sebuah arti “menampak” atau *phainomenon* yang diartikan sebagai kata “yang menampak”. Fenomena dapat diartikan sebagai sebuah fakta yang dapat disadari dan dirasakan oleh manusia yang mengalaminya. Seberapa manusia paham dengan apa yang dialaminya, maka sejauh itulah manusia mengetahui fenomena yang sedang terjadi.

Tujuan utama dalam fenomenologi yaitu bagaimana mempelajari fenomena yang terjadi yang sedang manusia alami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan yang dilakukannya, seperti bagaimana fenomena tersebut akan bernilai atau bisa diterima secara estetis oleh masyarakat.

2.2.2.1. Sejarah Fenomenologi

Awal mula istilah fenomenologi mulai dikenal pada abad ke-18 yang digunakan untuk menyebutkan nama teori tentang penampakan, dan menjadi dasar dalam pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi ini sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Filosofi Immanuel Kant lalu mulai sesekali untuk menggunakan istilah fenomenologi dalam sebuah tulisannya, sama seperti halnya juga Johann Gottlieb Fichte dan G.W.F.Hegel. Pada tahun 1889, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Disinilah awal mulanya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk sebuah pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Sebelum abad ke-18, filsafat memiliki pemikiran yang terbagi ke dalam dua aliran yang saling bertentangan satu sama lain. Dua aliran itu yang pertama ialah aliran empiris yang dipercaya bahwa pengetahuan berasal dari sebuah penginderaan yang dilihat dan dialami oleh manusia yang mengalami suatu hal yang terjadi. Dengan aliran empirisme tersebut kita dapat mengalami kejadian seperti apa yang sedang terjadi di dunia. Bagi para penganut empirisme, pelajaran didapatkan dari sebuah pengalaman yang merupakan sebuah sumber pengetahuan

yang memadai. Manusia memiliki akal yang bertugas untuk mengatur apa yang diterima dan mengolah semua data-data yang diterima oleh panca indera manusia itu sendiri. Menurut aliran empirisme, manusia diibaratkan sebagai kertas putih yang belum diisi oleh apapun, dan mulai terisi melalui pengalaman-pengalaman yang diterima melalui kejadian yang dialami oleh manusia.

Setelah terdapat aliran yang pertama yaitu aliran empirisme, kini aliran yang kedua adalah aliran rasionalisme, aliran rasionalisme adalah suatu aliran yang percaya dimana pengetahuan itu timbul dari kekuatan yang ada dalam pikiran manusia (rasio). Diketahui dalam aliran ini, sebuah pengalaman yang didapat oleh seseorang hanya dapat dipakai untuk mempertegas suatu kebenaran dalam pengetahuan yang sudah diperoleh manusia melalui akalnya. Akal sendiri tidak memerlukan pengalaman terlebih dahulu untuk memperoleh pengetahuan yang dianggap benar, dikarenakan akal dapat mudah menurunkan suatu kebenaran yang terdapat dari dirinya sendiri.

Perbedaan kedua aliran tersebut membuat filosof Immanuel Kant muncul hingga menjembatani keduanya. Menurut Immanuel Kant pengetahuan merupakan sesuatu yang nampak atau terlihat oleh kita dengan sendirinya (fenomena). Maka dari itu Immanuel Kant menyebut istilah tersebut sebagai fenomenologi dengan memilah beberapa unsur yang berasal dari suatu pengalaman (*phenomena*), dan yang mana terdapat di dalam akal (*noumena* atau *the thing in it self*).

Menurut Edmund Husserl sendiri mengatakan sebuah pemikirannya mengenai fenomena, fenomena harus menjadi pertimbangan sebagai muatan objektif yang disengaja (*intentional objects*), dari suatu tindakan yang sadar akan subjektif. Edmund Husserl sendiri menyebutkan istilah tersebut ialah *noesis* untuk kesadaran yang disengaja dan *noema* untuk isi kesadaran (didapat dari kata *noeaw* yang memiliki arti merasa, berpikir, bermaksud, dan kata *nous* yang memiliki arti pikiran).

Fenomenologi berasal dari pola pikir subjektivisme yang tidak saja hanya memandang dari suatu gejala yang telah nampak, akan tetapi mampu untuk berusaha menggali makna yang ada di balik setiap gejala itu sendiri. Dari sinilah yang menyebabkan fenomenologi kemudian banyak dipergunakan secara luas dalam ilmu komunikasi maupun komunikologi.

Pembahasan tentang fenomenologi terus berkembang tidak hanya pada tataran “kesengajaan” saja, namun semakin menjadi meluas kepada kesadaran sementara, intersubjektivitas, kesengajaan praktis, dan juga konteks sosial maupun bahasa yang berasal dari tindakan manusia.

Husserl berpendapat bahwa fenomena dalam pengalaman ialah apa yang telah dihasilkan oleh suatu kegiatan dan juga susunan kesadaran manusia. dalam hal tersebut pokok pikiran Husserl mengenai fenomenologi mencakup ke beberapa hal seperti, fenomena merupakan sebuah realitas sosial yang tampak. Tiada batasan di antara subjek dengan realitas itu sendiri. Kesadaran bersifat

intensional, juga terdapat suatu interaksi antara tindakan kesadaran dengan objek yang disadari.

Bagi Husserl fenomenologi merupakan ilmu yang fundamental dalam bidang berfilsafat. Fenomenologi ialah ilmu tentang hakikat seseorang dan bersifat *a priori*. Maka dari itu, makna dari fenomena menurut Husserl jelas berbeda dengan makna fenomena menurut pendapat Immanuel Kant. Jika Kant menyebut bahwa sebuah subjek hanya dapat mengenai fenomena bukan *noumena*, maka menurut Husserl fenomena sendiri mencakup *noumena* (pengembangan dari pemikiran Kant).

Husserl mengutamakan fokus pembahasannya terhadap fenomenologi, yang dijabarkan olehnya sebagai ilmu yang membahas mengenai pokok-pokok dalam kesadaran (*the science of the essence of consciousness*). Husserl sendiri dominan membahas tentang ciri-ciri kesadaran dari orang pertama.

Fenomenologi menjadi salah satu cara untuk merujuk kepada seluruh pandangan ilmu sosial yang menjadi sebuah tempat untuk kesadaran manusia dan suatu makna yang subjektif sebagai fokus untuk bisa memahami sebuah tindakan sosial. Makna dari suatu tindakan yang dilakukan secara subjektif sebagai tujuan utama untuk memahami sebuah tindakan sosial.

Makna dari suatu tindakan yang secara subjektif bermakna tentu mempunyai asal-usul sosialnya, dengan nampaknya dari dunia kehidupan bersama

ataupun kehidupan dunia sosial, Husserl tentu memiliki pandangan atas pemikirannya terhadap fenomenologi.

Fenomenologi menurut **Husserl** yang telah dikutip oleh **Kuswarno** dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian** menyatakan jika:

“Fenomenologi dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, seolah-olah mengalaminya sendiri.”
(2009:10)

Fenomenologi menurut Husserl pada dasarnya memiliki prinsip yang bercorak idealistik, Husserl menganjurkan untuk dapat kembali kepada sumber yang asli berdasarkan pada diri subjek dan kesadaran. Adapun yang menjadi pokok-pokok pikiran Husserl berkenaan dengan fenomenologi, yaitu disebutkan sebagai berikut :

- 1) Fenomena adalah realitas sendiri (*realitas in se*) yang tampak.
- 2) Tidak ada batas antara subjek dengan realitas.
- 3) Kesadaran bersifat intensional.
- 4) Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (*noesis*) dengan objek yang disadari (*noema*).

Fenomenologi mampu membuat seseorang menjadi mengerti akan suatu hal yang menjadi sebuah fenomena hanya dengan dilihat melalui sudut pandang seseorang yang mengalami kejadian tersebut secara langsung olehnya. Oleh karena itu dengan adanya fenomenologi orang yang tidak ikut mengalami suatu

peristiwa yang dialami oleh seseorang akan mengetahui bagaimana pengalaman dari sudut pandang terhadap fenomena tersebut dari orang yang mengalami kejadian tersebut dengan secara langsung.

Fenomenologi menurut **Marleau-Ponty** yang dikutip oleh **Alex Sobur** dalam bukunya yang berjudul **Filsafat Komunikasi Tradisi dan Metode Fenomenologi**, menyebutkan bahwa:

Semua pengetahuan akan dunia, bahkan pengetahuan ilmiah, diperoleh dari beberapa pengalaman akan dunia. Dan fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data realistik. Semua yang bisa diketahui adalah apa yang dialami. (2014:18)

Fenomenologi membuat sebuah pengalaman nyata yang dialami menjadi data pokok dalam sebuah realitas. Dengan fenomenologi kita dapat mengetahui segala kejadian yang terjadi melalui pengalaman-pengalaman yang telah dialami. Pengetahuan didapatkan melalui segala pengalaman yang telah terjadi di dunia.

Fenomenologi menjadikan pengalaman-pengalaman yang telah dialami menjadi suatu pelajaran yang telah diketahui. Sehingga lewat pengalaman tersebut suatu hal dapat menjadi suatu fenomena dikarenakan kejadian yang dialami menjadi pengalaman yang tidak akan terlupakan oleh orang yang mengalami kejadian tersebut.

Fenomenologi menurut **Natanson** dalam **Mulyana** dalam bukunya **Komunikasi Kontekstual** mengatakan bahwa:

Fenomenologi sebagai suatu istilah generik untuk merujuk terhadap semua pandangan ilmu sosial yang menganggap kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial. (2011:186)

Fenomenologi berfungsi untuk mengetahui dan membuat seseorang menjadi memahami tentang apa yang dimaksud dengan tindakan sosial. Fenomenologi juga termasuk dengan gabungan ilmu-ilmu sosial yang dapat mempelajari kesadaran pada manusia beserta dengan maknanya agar manusia dapat memahami suatu tindakan sosial yang dilakukannya.

2.2.3. Motif

Beberapa ahli memiliki pendapat yang berbeda mengenai pengertian motif. Motif, atau yang pada bahasa Inggrisnya yaitu "*motive*" berasal dari kata *movere* atau *motion*, yang memiliki arti gerakan atau sesuatu yang bergerak. Dalam psikologis, istilah motif sangat erat hubungannya dengan "gerak", yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia atau disebut juga sebagai perbuatan ataupun perilaku (Sarwono,2009:137).

Menurut Sherif (Sobur, 2003:267), motif ialah sebagai salah satu istilah generik yang dapat meliputi semua dalam faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang memiliki tujuan, semua dalam pengaruh internal, seperti sebuah kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi dan selera sosial, yang bersumber dari suatu fungsi-fungsi tersebut.

Sementara menurut Gufon, motif yaitu sebuah dorongan yang telah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan yang sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang

akan mewujudkan suatu perilaku yang akan diarahkan pada tujuan untuk mencapai pada sasaran kepuasan (2012:83).

Dari beberapa pendapat para ahli di atas tentang motif, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa motif ialah suatu kondisi seseorang yang mendorong seseorang untuk mencari suatu kepuasan atau untuk mencapai suatu tujuan. Motif juga merupakan sebuah alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, ataupun bersikap tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakup semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang mengakibatkan seseorang hendak berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Tingkah laku juga disebut dengan tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan memiliki maksud-maksud tertentu walaupun maksud tersebut tidak senantiasa sadar oleh manusia.

2.2.4. Remaja

Remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual (Sarwono, 2011). Masa remaja disebut juga sebagai masa perubahan, meliputi perubahan dalam sikap, dan perubahan fisik (Pratiwi, 2012). Remaja pada tahap tersebut mengalami perubahan banyak perubahan baik secara emosi, tubuh, minat, pola perilaku dan juga penuh dengan masalah-masalah pada masa remaja (Hurlock, 2011).

Batasan usia remaja berbeda-beda sesuai dengan sosial budaya daerah setempat. WHO membagi kurun usia dalam 2 bagian, yaitu remaja awal 10-14 tahun dan remaja akhir 15-20 tahun. Batasan usia remaja Indonesia usia 11-24 tahun dan belum menikah (Sarwono 2011). Menurut Hurlock (2011), masa remaja dimulai dengan masa remaja awal (12-24 tahun), kemudian dilanjutkan dengan masa remaja tengah (15-17 tahun), dan masa remaja akhir (18-21 tahun).

Tahapan remaja menurut Sarwono (2011) dan Hurlock (2011) ada tiga tahap perkembangan remaja, yaitu :

1. Remaja awal (*early adolescence*) usia 11-13 tahun Seorang remaja pada tahap ini masih heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya. Remaja mengembangkan pikiran- pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis. Pada tahap ini remaja awal sulit untuk mengerti dan dimengerti oleh orang dewasa. Remaja ingin bebas dan mulai berfikir abstrak.
2. Remaja Madya (*middle adolescence*) 14-16 tahun Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan teman-teman. Remaja merasa senang jika banyak teman yang menyukainya. Ada kecendrungan "*narcistic*", yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat yang sama pada dirinya. Remaja cenderung berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana. Pada fase remaja madya ini mulai timbul keinginan untuk berkencan dengan lawan jenis dan berkhayal

tentang aktivitas seksual sehingga remaja mulai mencoba aktivitas-aktivitas seksual yang mereka inginkan.

3. Remaja akhir (*late adolescence*) 17-20 tahun Tahap ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa yang ditandai dengan pencapaian 5 hal, yaitu :

- a) Minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
- b) Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang dan dalam pengalaman-pengalaman yang baru.
- c) Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d) Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri).
- e) Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan publik.

2.2.5. Boba

Adanya pengaruh globalisasi yang terus meningkat membuat perkembangan *trend* terhadap minuman teh susu mutiara (*bubble tea* atau boba) berkembang dengan pesat. Adanya kompetitor yang mulai melakukan duplikasi produk teh susu mutiara (*bubble tea* atau boba) menjadi salah satu minuman yang paling diminati saat ini.

Boba adalah bola tapioka yang kerap menjadi isian dari berbagai minuman. Minuman boba berasal dari Taiwan dan dikenal dengan nama *Zenzhu*

Naicha atau susu teh dengan bola tapioka. Tapioka sama sekali tidak memiliki rasa, namun rasa manis yang terdapat dalam boba dihasilkan dari tambahan gula atau madu sendiri yang sebelum disajikan akan direndam terlebih dahulu. Di Indonesia, minuman ini terkenal dengan sebutan boba/*bubble tea*. Boba berbahan dasar dari tepung tapioka yaitu tepung yang berbahan dasar dari singkong. Rasa manis boba berasal dari gula atau madu yang direndam sebelum disajikan.

Boba sendiri memiliki tekstur kenyal dan membal membuat para konsumen yang meminum minuman dengan topping boba merasa ketagihan untuk untuk *re-purchase* kembali minuman dengan topping boba. Boba mulai menjadi *hits* setelah diperkenalkan oleh Liu Han-Chieh, pemilik toko teh asal Taiwan bernama “Chun Shui Tang” di Taichung, Taiwan. Taiwan sangat terkenal dengan teh dengan kualitas yang baik dan boba adalah tradisional *snack* di Taiwan. Boba sudah ada sejak 20 tahun yang lalu di Taiwan, karena dirasa sangat enak, maka boba digemari oleh seluruh orang yang telah meminumnya sehingga boba juga terkenal di berbagai negara termasuk Indonesia.

Di Indonesia, minuman ini terkenal dengan sebutan *bubble tea*. Minuman boba adalah identik dipadukan es teh, jus, dan minuman lainnya sebagai *topping*. Bahkan pada saat ini boba bisa dicampurkan dengan beberapa makanan seperti ramen, *pancake* dan kue.

Boba sendiri memiliki 5 jenis yang berbeda antara lain:

1. *Black* Boba

Black boba yaitu salah satu dari beberapa varian boba yang sangat diminati oleh para penikmatnya, *black* boba yang berbahan dasar dari tepung tapioka ini lalu diberi campuran pemanis yaitu gula merah (*brown sugar*), warna hitam yang menjadi ciri khas boba ini didapati dari campuran gula merah tersebut. *Black* boba inilah yang sering dijumpai di beberapa gerai minuman kekinian karena rasa dan teksturnya yang banyak diminati oleh penggemarnya.

2. *Popping* Boba

Jenis boba yang memiliki nama *Popping* boba yang satu ini terbilang berbeda dari varian boba yang lainnya, karena terdapat perbedaan pada segi tekstur dalam varian *popping* boba ini. *Popping* boba yang terbuat dari bahan ekstrak rumput laut dan sari buah ini menjadikan *popping* boba ini berbentuk gelembung dan akan meletus didalam mulut ketika sedang dikunyah.

3. *Clear* Boba

Clear boba ini merupakan jenis boba yang original, karena *clear* boba sendiri memiliki bentuk yang bulat bening menyerupai mutiara dan tidak memiliki rasa apapun alias hambar. Jenis *clear* boba ini biasanya dipadukan dengan olahan minuman yang memiliki cita rasa manis yang cocok untuk melengkapi minuman tersebut.

4. *Flavored* Boba

Boba jenis *flavored* boba ini sama seperti jenis boba yang lainnya, namun perbedaannya dapat dirasakan dari pemanisnya. Jika pada boba yang lain menggunakan perasa gula merah ataupun caramel, namun pada *flavored* boba ini menggunakan sirup dan rasa buah-buahan yang dicampurkan kepada tepung tapioka sebagai pemanis untuk menambah cita rasa pada boba jenis *flavored* boba.

5. Mini Boba

Boba jenis mini boba yang satu ini memiliki ukuran paling kecil daripada jenis boba yang lainnya. Untuk membuat mini boba juga memakai bahan yang sama seperti pada jenis boba yang lainnya, yaitu dengan memakai tepung tapioka. Mini boba memiliki cita rasa yang manis yang didapat dari gula merah ataupun caramel, jenis mini boba ini sangat mudah untuk ditelan karena ukurannya yang kecil.

6. *Purple* Boba

Purple boba yakni jenis boba yang sama seperti yang lainnya, namun ada perbedaan pada rasa boba yang satu ini. Berbahan dasar tepung tapioka, boba ungu atau yang biasa disebut dengan *purple* boba ini juga menambahkan ubi ungu didalam adonan tepung tersebut. Warna ungu yang menjadi ciri khas boba ini juga didapat dari ubi ungu yang menjadi bahan untuk membuat *purple* boba ini, rasa manis ubi pada boba ini menambah cita rasa unik pada boba yang satu ini.

Selain banyaknya berbagai macam jenis boba, gerai bubble tea pun banyak dijumpai dengan nama-nama brand yang berbeda-beda. Namun tidak semua gerai

minuman boba memiliki citarasa yang cocok di lidah masyarakat, beberapa brand boba dibawah ini banyak oleh masyarakat dan dikenal karena rasanya yang cocok di lidah masyarakat ialah sebagai berikut :

1) Chatime

Sebelum minuman bertopping boba menjamur di Indonesia, Chatime menjadi minuman yang membuat bob menjadi populer. Kedai minuman teh dipadu susu asal Taiwan ini memiliki jaringan lebih dari 1000 cabang yang tersebar di 26 negara. Di Indonesia sendiri hampir di setiap mall besar terdapat gerai minuman Chatime. Gerai minuman Chatime sendiri memadukan boba dengan berbagai varian rasa mulai dari milk tea, coffee, mousse, plain tea, hingga smoothies dan juga healthy juice.

2) Kokumi

Kedai minuman yang memiliki jargon “Spread The Happiness” ini mengusung konsep kebahagiaan dengan bergambarkan unicorn disetiap cup-nya. Daya tarik selain boba dalam minuman ini ialah warna-warni yang disuguhkan dalam minumannya. Tidak hanya tampilannya yang menarik, dari segi rasa, kesegaran bahan-bahan dan kualitas yang dipilih membuat kokumi salah satu pilihan untuk mencoba minuman boba.

3) Tiger Sugar

Minuman ini terkenal menjadi “spesialis” boba di negara asalnya yaitu Taiwan. Sebelum datang ke Indonesia, Tiger Sugar sudah memiliki gerai di beberapa negara seperti Singapura, Jepang, Australia, New York dan Toronto.

Menu andalan yang ada di gerai ini tentunya brown sugar boba milk with cream mousse, selain itu gerai tiger sugar juga menyediakan black tea latte dan aneka tea series.

4) Xing Fu Tang

Xing Fu Tang merupakan salah satu gerai boba *drink* legendaris di asalnya Taiwan. Xing fu tang mengklaim bawah gerainya yang pertama kali telah menciptakan brown sugar boba yang dimasak dengan cara stir fried. Beberapa menu andalan xing fu tang yaitu matcha boba milk, soda with homemade jelly, brown sugar boba milk, brown sugar boba and herbal jelly drink, dan damascus rose tea with lemon.

5) Xi Boba

Bubble Tea asal Inonesia ini merupakan bagian dari Kulo Group yang terdiri dari Kopi Kulo, Pochajjang Korean BBQ dan Kitamura Shabu-shabu. Menurut pemiliknya, xi boba sendiri ialah bubble tea dengan harga yang sangat terjangkau tanpa mengorbankan kualitas bahan dan segi rasa. Menu yang ada di Xi Boba sendiri terdiri dari 3 jenis, yaitu The Bobas (dengan topping boba), Sakura Macchiato Series (aneka teh).

Maka dari itu peneliti mengambil penelitian mengenai fenomena dari eksistensi generasi Z dalam mengkonsumsi minuman *bubble tea*, minuman kekinian yang masih menarik minat dan perhatian para warga di Kota Bandung, khususnya para remaja di Kota Bandung.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Istilah dari kata fenomenologi ini mengacu terhadap sebuah benda, trend saat ini, kejadian maupun kondisi yang dilihat. Maka dari itu fenomenologi adalah sebuah cara yang digunakan oleh manusia untuk bisa memahami suatu kejadian melalui pengalaman seseorang secara langsung. Dengan demikian, fenomenologi menjadikan sebuah pengalaman nyata sebagai data pokok dalam sebuah realitas. Fenomenologi memiliki arti segala sesuatu yang terjadi di sekitar kita menjadi jelas sebagaimana mestinya dengan diteliti lebih dalam lagi.

Fenomenologi menekankan bahwa masyarakat merupakan seorang informan terpenting untuk dalam pencarian sebuah fakta-fakta dan bukti-bukti yang akurat. Penelitian fenomenologi sendiri menekankan secara subjektif dari perilaku seseorang.

Mengutip pernyataan **Alfred Schutz** dalam buku **Kuswarno** 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, 2009:02)

Dalam konteks ini adanya asumsi bahwa manusia bergerak aktif dalam memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman dalam hidupnya dan juga aktif dalam menginterpretasikan sebuah pengalaman tersebut. Asumsi pokok dalam fenomenologi ialah manusia yang secara aktif menginterpretasikan sebuah

pengalamannya dengan memberi makna atas segala sesuatu yang telah dialami oleh manusia tersebut. Maka dari itu interpretasi merupakan suatu proses yang aktif untuk memberikan sebuah makna atas sesuatu yang telah dialami oleh manusia. Dapat dikatakan sebuah pemahaman adalah suatu tindakan yang kreatif untuk menuju pemaknaan.

Fenomenologi adalah ilmu yang menjelaskan sebuah fenomena perilaku yang dialami dalam penuh kesadaran. Fenomenologi mencari suatu pemahaman pada seseorang dalam membangun sebuah makna dan konsep yang bersifat intersubyektif. Maka dari itu, dalam melakukan sebuah penelitian fenomenologi harus mampu berupaya untuk dapat menjelaskan suatu makna dan pengalaman hidup yang dialami oleh sejumlah orang tentang suatu konsep maupun gejala. Natanson menggunakan istilah fenomenologi dengan mengacu kepada seluruh pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus dalam memahami suatu tindakan sosial.

Teori fenomenologi menurut **Alfred Schutz** menyatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah yang muncul dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula terjadi didalam kesadaran individual dalam diri kita secara terpisah dan secara kolektif, didalam suatu interaksi yang terjadi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini merupakan dari suatu bagian yang dimana kesadaran dalam bertindak (*act*) atas data inderawi yang masih belum matang untuk menciptakan suatu makna, dimana cara-cara

yang serupa sehingga kita dapat melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak jauh.

Menurut pernyataan **Schutz**, cara untuk mengidentifikasi suatu makna luar dari arus utama sebuah pengalaman ialah dengan melalui tindakan proses tipikasi, yang disebut dengan tipikasi ialah suatu proses dalam sebuah pemahaman dan pemberian makna terhadap suatu tindakan yang nantinya akan membentuk tingkah laku seseorang. Dalam hal ini juga termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman seseorang dengan melihat keserupaannya. Oleh karena itu, dalam arus pengalaman dilihat dari sisi objek tertentu yang pada umumnya memiliki sebuah ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, namun sementara dalam lingkungannya sendiri mungkin tetap diam.

Maka dari itu fenomenologi menjadikan sebuah pengalaman yang sesungguhnya menjadi data dasar atas realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi (*phenomenology*) bisa diartikan sebagai upaya studi tentang ilmu pengetahuan yang timbul dikarenakan rasa keingin tahuan seseorang. Objek dari fenomenologi berupa sebuah gejala atau kejadian yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*conscious experience*).

Fenomenologi beranggapan bahwa sebuah pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata dari gejala (*phenomenon*) yang bentuk dari jamaknya berupa *phenomena* merupakan istilah dari fenomenologi yang dibentuk dan juga dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek.

Kejadian maupun kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelaah suatu masalah dapat dilaksanakan dengan multi perspektif ataupun multi sudut pandang.

Asumsi dari fenomenologi yang dikeluarkan menurut **LittleJohn** yaitu interpretasi muncul dari pengalaman-pengalaman pribadi yang dialami oleh seseorang, seperti:

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (LittleJohn, 2009:57).

Dan seperti yang disebutkan oleh **Alfred Schutz** dalam **Suwarno**, inti dari pemikirannya ialah :

Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman actual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku. (Suwarno, 2009:18)

Adapun studi fenomenologi yang bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam dari para subjek mengenai suatu pengalaman beserta dengan maknanya. Sedangkan pengertian dari fenomena dalam studi fenomenologi ialah pengalaman ataupun suatu peristiwa yang dapat masuk kedalam kesadaran subjek.

^Maka penelitian ini dilakukan dengan studi fenomenologi, sesuai dengan yang dikemukakan oleh **Wilson** didalam buku **Kuswarno** dengan judul **Fenomenologi** adalah:

Praktik fenomenologi adalah dengan cara mengembangkan kejadian dalam suatu kajian apa yang dihasilkan pekerjaan peneliti fenomenologi melalui berbagai publikasi. Analisis fenomenologi terhadap isi budaya media massa misalnya, menerapkan unsur-unsur melalui pendekatan untuk menghasilkan pemahaman reflektif keadaan yang saling mempengaruhi dunia kehidupan audiens dan materi program. (Kuswarno, 2009:21)

Sebutan kata fenomenologis yang berarti studi tentang suatu cara dimana suatu fenomena hal-hal yang kita sadari muncul kepada kita, dan cara yang paling mendasar dari kemunculannya yaitu sebagai suatu aliran dari sebuah pengalaman-pengalaman inderawi yang sifatnya berkesinambungan yang akan kita terima melalui panca indera kita.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yaitu sebuah narasi atau bisa dibilang sebagai pernyataan tentang suatu kerangka konsep pemecahan dalam sebuah masalah yang sudah diidentifikasi atau dirumuskan. Kerangka berpikir atau yang sering disebut dengan kerangka pemikiran dalam suatu penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif akan sangat menentukan sebuah proses secara keseluruhan. Melalui uraian yang terdapat di dalam kerangka saja yang akan diteliti, juga teori apa variabel-variabel tersebut diturunkan, dan mengapa variabel-variabel tersebut diturunkan, serta mengapa variabel-variabel itu saja yang akan peneliti teliti. Kerangka pemikiran menggambarkan bagaimana sebuah alur penelitian dijelaskan dalam garis besar. Uraian dalam kerangka berpikir ini harus dapat mampu menjelaskan dan menegaskan dengan kompherensif bagaimana asal-usul yang akan diteliti, sehingga variabel-variabel yang tercantum di dalam rumusan

masalah dan identifikasi masalah menjadi semakin jelas akan bagaimana asal-usulnya.

Beberapa tahun belakangan ini masyarakat dibanjiri dengan kedatangan berbagai tren pada makanan dan minuman. Popularitas makanan dan minuman pun kian semakin menanjak karena media sosial dengan cepat membuat *happening* apa yang sedang terjadi di saat ini. Dari banyaknya minuman kekinian di era saat ini, minuman kekinian dengan topping boba masih tetap banyak diminati hingga saat ini oleh para masyarakat khususnya para remaja. Eksistensi remaja dalam mengkonsumsi minuman boba masih terus dilakukan hingga saat ini dikarenakan tren gaya hidup kekinian mempengaruhi minat remaja untuk terus mengikuti arus mode yang banyak diminati oleh masyarakat. Gaya hidup yang kekinian menjadi sebuah keharusan yang membuat para remaja mengikuti apa yang sedang *happening* hingga saat ini. Minuman kekinian dengan topping boba menjadi salah satu minuman yang masih diminati hingga saat ini karena rasanya yang cocok di lidah masyarakat Indonesia dengan tekstur yang kenyal dan rasanya yang manis tidak pernah membuat para penggemarnya bosan untuk tetap mengkonsumsinya. Terlebih minuman kekinian dengan topping boba ini banyak diminati oleh berbagai kalangan usia khususnya para remaja yang menjadi sasaran pasar pada minuman tersebut. Peneliti menggunakan teori dari Alfred Schutz untuk membuat penelitian ini agar berhubungan dengan penelitian yang sedang peneliti bahas. Peneliti juga meneliti hal apa yang dapat mendorong atau hal apa yang mempengaruhi motif remaja yang masih eksis dalam mengkonsumsi minuman kekinian yang telah viral di tahun 2019 hingga saat ini. Maka dari itu,

peneliti mencoba berusaha untuk dapat mengetahui bagaimana dari sebuah motif, tindakan, maupun makna yang terjadi di kalangan generasi Z dan generasi milenial.

Fenomenologi memiliki beberapa tokoh ilmuwan, salah satunya ialah Alfred Schutz yang menjadi tokoh ilmuwan dalam studi fenomenologi. Dalam buku Fenomenologi karya Engkus Kuswarno, Alfred Schutz menyatakan bahwa meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil sebuah tindakan dan juga mengambil sikap terhadap dunia dalam kehidupan sehari-hari. Pada hal ini, Schutz memiliki pemikiran yang sama dengan Husserl, yaitu sebuah proses dari pengalaman aktual kegiatan kita, dan pada pemberian makna terhadapnya, sehingga membuat ter-refleksinya dalam sebuah tingkah laku. (2009:18)

Schutz saat ini dikenal sebagai ahli teori fenomenologi yang paling menonjol di bidang fenomenologi. Maka dari itu ia mampu untuk membuat ide-ide yang dikemukakan oleh Husserl masih dirasakan sangat abstrak untuk dipahami, dengan lebih dikembangkannya oleh Schutz menjadi lebih mudah dipahami. Schutz juga membawa fenomenologi masuk ke dalam ilmu sosial, dan menjadikan fenomenologi menjadi sebuah ciri khas bagi ilmu di bidang sosial hingga saat ini. Dengan kata lain Schutz mendasarkan sebuah tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran.

Fenomenologi pada dasarnya mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran, yang dilihat dari aspek persepsi, gagasan, memori, imajinasi, emosi, hasrat,

kemauan, hingga sebuah tindakan, baik itu itu sebuah tindakan sosial maupun tindakan dalam bentuk bahasa. Struktur bentuk-bentuk kesadaran inilah yang dinamakan dengan “kesengajaan” oleh Husserl, yang mampu terhubung langsung dengan adanya sesuatu. Struktur kesadaran dalam pengalaman inilah yang pada akhirnya membuat suatu makna dan menjadikan penentu isi dari sebuah pengalaman.

Berkaitan dengan “kesengajaan”, dibutuhkan suatu kondisi atau suatu latar belakang, yang dapat memungkinkan untuk dapat bekerjanya suatu struktur kesadaran dalam pengalaman. Kondisi tersebut mencakup aspek perwujudan, keterampilan jasmani, konteks budaya, bahasa, praktik sosial, dan juga aspek-aspek demografis dari suatu aktivitas yang disengaja. Fenomenologi akan membawa pemahamanmu dari pengalaman sadar, kepada kondisi yang akan membantu membuatmu memberikan “kesengajaan” tersebut.

Pada hakikatnya fokus Husserl ialah pada fenomenologi murni, hakikat, kesadaran murni, dan ego murni yang ada dalam diri individu itu sendiri. Tidak ditemukan pernyataan yang tegas dan suatu kebenarannya yang dibuat menyangkut ke dalam realitas alamiah. Kant menyebut bahwa untuk dapat mengetahui sesuatu harus melalui sebuah intuisi. Bagi sebuah fenomenologi transendental, objek adalah konsep sentral, yang suatu karakteristiknya harus digambarkan bukan dijelaskan. Dari situlah kemudian Kant merumuskan kembali lebih lanjut mengenai apa yang disebut sebagai Noumena.

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

Alfred Schutz menekankan adanya suatu hubungan antara pengetahuan dengan perilaku manusia dalam aktivitasnya sehari-hari agar manusia menjadi seorang makhluk sosial. Schutz dalam (Jhon Wild dkk- *The Phenomenology of the social world*) yang dikutip oleh Kuswarno dalam buku Fenomenologi yang mengatakan : Bahwa penelitian sosial berbeda dari penelitian dalam ilmu fisika berdasarkan fakta, namun dalam ilmu-ilmu sosial seseorang dengan objek penelitian, yang menafsirkan sendiri dunia sosial. (1967:17)

Melakukan sebuah penelitian diharuskan menggunakan metode yang sama dalam penafsirannya seperti halnya seseorang dengan akal sehat dunianya. Tentu ada berbagai macam sebuah realitas termasuk juga didalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan, namun suatu realitas yang tertinggi itu ialah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubjektif yang disebut juga sebagai *the life world*.

Para perilaku terhadap tindakan sosial diberi nama sebagai “aktor” oleh Schutz yang memiliki makna subjektif terhadap suatu tindakan sosial yang dilakukan oleh seseorang tersebut. Akan tetapi Schutz memberikan pendapat, makna subjektif tersebut bukanlah ada di dalam dunia privat, personal maupun

dunia individual. Hal ini diperjelas lagi oleh Schutz yang dikutip dari buku Fenomenologi karya Kuswarno, adalah sebagai berikut:

Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” (*common and share*) diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”. (Kuswarno, 2013:110)

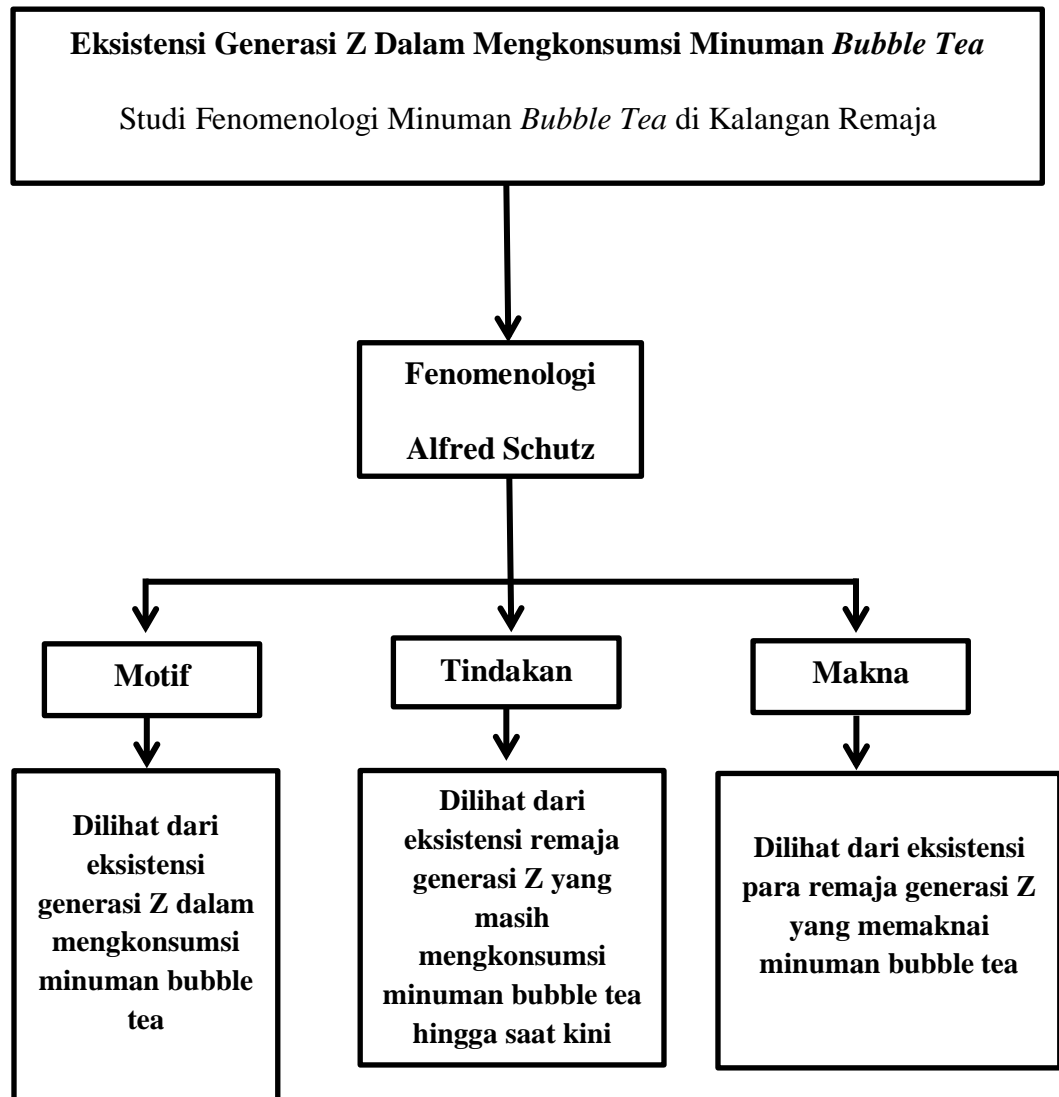
Pada dasarnya penelitian fenomenologi berprinsip *a priori*, sehingga tidak diawali dan didasari oleh teori tertentu. Penelitian fenomenologi justru berangkat dari adanya perspektif filsafat, dimulai dari mengenai ‘apa’ yang sedang diamati, dan bagaimana cara mengamatinya. Adapun premis-premis dasar yang harus digunakan pada saat penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut :

- 1. Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung.**
- 2. Pemahaman objektif dimediasi oleh pengalaman subjektif.**
- 3. Pengalaman manusia terdapat dalam stuktur pengalaman itu sendiri. Tidak di kontruksi oleh peneliti. (Kuswarno, 2009: 58)**

Schutz mempunyai pandangan bahwa setiap manusia adalah makhluk sosial, sehingga memiliki kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari ialah suatu kesadaran sosial. Dunia individu dunia intersubjektif dengan makna yang beragam, maupun perasaan sebagai bagian dari kelompok. Dengan adanya teori fenomenologi, dapat menjadi alat bagi peneliti untuk dapat mendalami serta bagaimana mencari suatu hakikat dari bagaimana bila fenomena yang telah terjadi yaitu fenomena Eksistensi Generasi Z Dalam Mengonsumsi Minuman *Bubble Tea*. Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti sebutkan diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut :

Tabel 2.4

Kerangka Pemikiran



Sumber : Alfred Schutz