

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Studi penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk mengembangkan penelitian ini agar lebih mendalam dan memberikan gambaran lebih untuk melakukan proses penelitian. Studi penelitian terdahulu juga merupakan sumber referensi untuk mengembangkan penelitian ini baik konteks maupun metode penelitian yang digunakan peneliti terdahulu. Adapun review penelitian dibawah ini yang menjadi sumber referensi peneliti untuk melakukan, antara lain:

1. Keri Yuniar (182050238) Peneliti menemukan beberapa literatur yang menjadi referensi dan dianggap mampu menjadi acuan bagi peneliti untuk menunjang penulisan skripsi, seperti skripsi milik Keri Yuniar yang berjudul Fenomena Mahasiswa Pengguna Aplikasi VIU Di Kota Bandung dalam penelitiannya, Keri menggunakan jenis penelitian Kualitatif yang didasari oleh Alfred Schutz yang mengungkap Fenomena, informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan aplikasi Viu, serta didukung dengan satu informan akademis dan informan ahli. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain pengamatan/observasi, pengumpulan data, dokumentasi serta wawancara. Untuk melengkapi dan menyempurnakan penelitian, pada tahap validasi peneliti melakukan penyajian data, reduksi data, dan triangulasi data. Berdasarkan hasil penelitian Fenomena Mahasiswa Pengguna Aplikasi VIU Di Kota Bandung, maka timbulah hasil dengan pendekatan fenomenologi perspektif Alfred Schutz adalah untuk mengetahui beberapa pendapat juga tanggapan dari mahasiswa mengenai, motif, tindakan, dan makna pada mahasiswa pengguna Viu di Kota Bandung. Hasil akhir penelitian ini menunjukkan bahwa motif, tindakan, serta

makna, yang muncul memang beraneka ragam serta adapula faktor-faktor tertentu lainnya.

2. Nina Afra Rifai, Fannah Fourqoniah, Kadek Dristiana Dwivayani yang merupakan mahasiswi dari Universitas Mulawarman Samarinda dengan judul MOTIF REMAJA DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI NETFLIX DI KOTA SAMARINDA (Anggota Komunitas Samarinda Movie Mania). Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis deskriptif Kuantitatif. Peneliti menggunakan metode survei dalam tahap pengumpulan data, peneliti menggunakan empat kategori motif yaitu Motif informasi, Motif identitas pribadi, Motif Integrasi dan Interaksi sosial dan Motif hiburan. Peneliti menggunakan Teknik Sampling Jenuh, Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 55 orang berusia remaja yang merupakan anggota aktif komunitas Samarinda Movie Mania dan menggunakan aplikasi Netflix. Analisis data dilakukan dengan distribusi frekuensi dengan menghitung frekuensi data tersebut kemudian dipersentasekan dan juga menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) untuk menarik kesimpulan dari keempat motif tersebut. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah keempat motif berperan penting dalam diri remaja (anggota) dalam memilih untuk

menggunakan aplikasi Netflix sesuai dengan minat dan kebutuhan remaja. Tetapi bila dibandingkan antara keempat motif tersebut, untuk keseluruhan responden maka motif informasi dan motif hiburan yang lebih berpengaruh (dominan) dalam diri remaja (anggota Samarinda Movie Mania) dalam menggunakan aplikasi Netflix dan motif Integrasi dan Interaksi Sosial & Motif Identitas Pribadi merupakan motif terendah pengguna dalam menggunakan aplikasi Netflix.

3. Ni Putu Pradnya Artika Sari, I Gusti Agung Alit Suryawati, Ade Devia Pradipta mahasiswi dari Universitas Udayana dengan judul penelitian 'MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNA NETFLIX SEBAGAI MEDIA STREAMING DI KALANGAN REMAJA KOTA DENPASAR'. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif, dengan landasan teori Motif dan Kepuasan dalam mengonsumsi media, New Media, dan Teori Uses and Gratification. Penelitian ini terdapat 130 responden yang merupakan remaja di Kota Denpasar dengan usia dari 15 hingga 25 tahun yang aktif menggunakan Netflix sebagai media streaming. Terdapat 47 responden laki-laki dan terdapat 83 responden perempuan. Motif yang paling banyak melatarbelakangi responden menggunakan Netflix sebagai media streaming adalah motif hiburan. Mendapatkan hiburan, rasa senang, melepaskan diri dari masalah, mengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan menjadi alasan utama responden menggunakan Netflix. Sedangkan responden tidak terlalu mencari aspek identitas personal dari menggunakan Netflix sebagai media streaming. Alasan responden menggunakan Netflix sebagai media streaming dilatarbelakangi oleh motif informasi dan motif integrasi dan interaksi sosial. Pembaca memperoleh informasi, mendapatkan pengetahuan baru

dan dapat mengetahui cerita pada tayangan yang ditonton di Netflix. Pembaca juga dapat berpartisipasi dan menjadi bagian dari kelompok diskusi mengenai cerita dari tayangan yang ditonton di Netflix. Selain itu peserta juga memperoleh ilmu penting dalam kehidupan sehari-hari dan menemukan istilah baru dari menonton tayangan di Netflix yang bisa digunakan dalam ruang lingkup pertemanan. Motif identitas personal dan motif hiburan menjadi motif yang belum terpuaskan dengan menggunakan Netflix sebagai media streaming. Harapan pengguna Netflix untuk mengetahui hal yang menarik dari tokoh di Netflix, mengetahui karakter yang sesuai dengan responden dan harapan untuk semakin mengenal diri sendiri belum dapat terpuaskan. Selain itu harapan responden untuk mendapatkan hiburan, memperoleh rasa senang, mengisi waktu luang, melepaskan diri dari masalah, dan menghilangkan kebosanan juga belum mampu terpuaskan.

Tabel 2.1

Nama Peneliti dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian
Keri Yuniar, Universitas Pasundan Bandung, 2018	Fenomena Mahasiswa Pengguna Aplikasi VIU Di Kota Bandung	Kualitatif	Dalam penelitian Pengguna Aplikasi VIU Di Kota Bandung peneliti menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz	Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Keri Yanuar, penelitian ini menunjukkan bahwa motif, tindakan, serta makna, yang muncul memang beraneka ragam serta adapula faktor- faktor tertentu lainnya.

Nama Peneliti dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Nina Afra Rifai, Finnah Fourqoniah, Kadek Dristiana Dwivayani, Tahun 2015</p>	<p>MOTIF REMAJA DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI NETFLIX DI KOTA SAMARINDA (Anggota Komunitas Samarinda Movie Mania)</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Peneliti sebelumnya menggunakan empat kategori motif yaitu Motif informasi, Motif identitas pribadi, Motif integrasi dan interaksi sosial dan Motif hiburan.</p>	<p>Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah keempat motif berperan penting dalam diri remaja (anggota) dalam memilih untuk menggunakan aplikasi Netflix sesuai dengan minat dan kebutuhan remaja.</p>

Nama Peneliti dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian
Ni Putu Pradnya Artika Sari, I Gusti Agung Alit Suryawati, Ade Devia Pradipta, Tahun 2021	MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNA NETFLIX SEBAGAI MEDIA STREAMING DI KALANGAN REMAJA KOTA DENPASAR	Kuantitatif	New Media, Motif dan Kepuasan Dalam Mengonsumsi Media, dan Teori Uses and Gratification	Kesimpulan dari penelitian ini yakni dalam penelitian ini terdapat 130 responden yang merupakan remaja di Kota Denpasar dengan usia dari 15 hingga 25 tahun yang aktif menggunakan Netflix sebagai media streaming.

2.2 Kerangka Konseptual

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian dari manusia yang tidak bisa dipisahkan dalam hidupnya, sehingga para ahli beranggapan bahwa manusia tidak akan bisa tanpa melakukan suatu komunikasi, baik dengan orang sekitar maupun dengan orang yang baru dikenal dalam kehidupannya. Selain itu juga komunikasi lebih sering banyak diperbincangkan oleh orang banyak, baik oleh ahli komunikasi tetapi juga oleh masyarakat awam, sehingga kata komunikasi sendiri memiliki banyak arti yang luas.

2.2.1.2 Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin yaitu *communis* yang berarti “sama”, *commonico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut dari asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.

Komunikasi mengemukakan kalau sesuatu pikiran, sesuatu arti ataupun sesuatu pesan dianut secara sama. Komunikasi merupakan “interaksi antara 2 makhluk hidup ataupun lebih” setelah itu menurut Tubbs dan Moss komunikasi adalah proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih. Meskipun komunikasi menyangkut perilaku seorang manusia, tidak semua perilaku manusia itu adalah komunikasi.

Menurut **Pace** dan **Faules** perbedaan tersebut sederhana tetapi rumit sebagai contoh apakah bernyanyi sendirian di kamar mandi itu merupakan

komunikasi. Akan tetapi sebenarnya jawaban atas pertanyaan tersebut kembali lagi dengan bagaimana kita menangkap dan mendefinisikan komunikasi. Komunikasi pada dasarnya bersifat instrumental serta persuasive kita berbicara untuk mengajak baik itu orang lain serta sesungguhnya dapat pula berbicara dengan diri sendiri, seperti pada saat melakukan introspeksi diri dimana kita berkomunikasi dengan diri sendiri dengan bertujuan untuk tidak mengulang suatu kesalahan atau suatu dilema dalam diri yang telah dilakukan sebelumnya. Ketika kita ingin melakukan suatu hal yang menjadi dilema bagi kita. Kita akan berusaha mempertimbangkan seperti apa tindakan yang akan dilakukan kedepannya, hal tersebut juga disebut sebagai komunikasi.

Lebih jauh lagi menurut **Ross** dalam **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** karya **Mulyana** bahwa komunikasi adalah sebagai berikut:

Suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol. Simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan dimaksudkan komunikator. (2011: 69)

Maksud apa yang disampaikan **Ross** adalah adanya respon timbal balik dari pesan yang disampaikan komunikator agar sama dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi sebenarnya belum ada persetujuan antara ahli-ahli sebagai definisi yang paling utama dan disetujui oleh para ahli-ahli tersebut. Dengan demikian akan mengurangi adanya *miss commucation* antara komunikator dengan komnuikan

Komunikasi memiliki banyak versi dari segi definisi. Kemudian, menurut **Rogers dan Kincaid** pada 1981 dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** karya **Cangara** bahwa:

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (2006: 19)

Rogers mencoba mengspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan) dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Adapun definisi lain dari **Joseph A.Devito** dalam buku **Komunikasi Antar Manusia**, dimana dalam buku tersebut Devito mendefinisikan bahwa:

”Komunikasi megacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorasi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik”

Dalam bukunya **Devito** mencoba memberi tanggapannya tentang definisi komunikasi, bahwa dalam melakukan sebuah komunikasi akan didasari oleh suatu tindakan oleh satu orang atau lebih yang bertujuan mendapatkan sebuah informasi, namun perlu diketahui, dalam melakukan segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh satu orang atau lebih dapat terjadinya gangguan (noise) dalam melakukan sebuah komunikasi, gangguan ini dapat beraneka ragam jenisnya tergantung dari apa dibicarakan dan situasi pada saat melakukan komunikasi tersebut pun menjadi salah satu alasan terjadi sebuah gangguan

(noise) dalam melakukan komunikasi, maka dari itu langkah lebih baik jika dalam melakukan sebuah komunikasi harus memperhatikan bahasa, kondisi, situasi terlebih dahulu agar komunikasi yang akan dilakukan nanti dapat berlangsung dengan baik dan komunikator dan komunikan akan mendapatkan informasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

Definisi yang disampaikan oleh para pakar komunikasi yang disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara satu orang atau lebih yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi bila seseorang memiliki pesan yang akan disampaikan kepada orang lain dengan mempunyai maksud dan tujuan tertentu.

Manusia selaku makhluk sosial hendak senantiasa berkaitan serta berhubungan dengan orang-orang disekitarnya demi penuhi kemauan dan kebutuhannya. Ikatan tersebut pasti hendak terjalin apabila ada komunikasi didalamnya. Komunikasi mempunyai kedudukan yang sangat berarti di dalam suatu kehidupan. Komunikasi merupakan sesuatu proses penyampaian sebuah data(pesan, ide- ide serta pula gagasan) dari pihak satu ke pihak yang lain. Dalam komunikasi wajib ada komunikator selaku penyampai pesan, pesan yang hendak di informasikan, media yang digunakan selaku perlengkapan penyampaian pesan serta pasti saja wajib terdapat komunikan selaku penerima pesan yang di informasikan oleh komunikan.

Komunikasi yang efektif akan menimbulkan timbal balik antara komunikator dan juga komunikan. Singkatnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan (Effendy, 2003:28).

“Komunikasi menurut Rogers dan D. Lawrance Kincaid yang dikutip Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi berpendapat bahwa: Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (1998: 20).”

2.2.1.3 Unsur – Unsur Komunikasi

1. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang mengirim pesan kepada khalayak ataupun komunikan yang hendak dituju. Sebab itu komunikator dapat disebut pengirim, sumber, source, encoder. Sebagai sikap utama dalam proses komunikasi. Komunikator memegang peranan yang sangat berarti, paling utama dalam mengatur jalannya komunikasi. Oleh sebab itu, seseorang komunikator wajib terampil dalam berbicara, serta pula penuh inspirasi dan penuh energi kreativitas supaya komunikan yang nantinya paham serta menguasai apa yang di informasikan oleh komunikator.

2. Pesan

Dalam buku pengantar ilmu komunikasi, pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda.

Menurut **Cangara** dalam **Pengantar Ilmu Komunikasi** adalah sebagai berikut:

“Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan, manusia dengan akal budinya menciptakan sejumlah lambing komunikasi berupa suara, mimic, gerak-gerik, bahasa lisan, dan bahasa tulisan (2006: 23)”

3. Media

Dalam buku pengantar Ilmu Komunikasi oleh Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia seperti mata dan telinga.

Dalam buku **Pengantar Ilmu Komunikasi** karta **Cangara** dikatakan bahwa:

“Pesan-pesan yang diterima selanjutnya oleh panca indera diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan. (2006: 119)”

4. Komunikan

Komunikan atau orang yang menerima pesan dari komunikator adalah pihak yang dimana nantinya akan menjadi tujuan dari komunikator dalam memberikan sebuah informasi terlebih dahulu sebelum akhirnya komunikan akan memberikan informasi juga kepada komunikator mengenai sesuatu yang sedang dalam pembicaraan. Komunikan menjadi salah satu elemen penting dalam melakukan sebuah proses komunikasi, karena komunikan akan menjadi tujuan

utama dari komunikator dalam memberikan informasi ataupun dalam memulai suatu topik pembicaraan.

5. Efek

Efek komunikasi dapat diartikan sebagai situasi yang dilibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi ini dipengaruhi oleh adanya efek dari psikologi yang terdiri dari tiga hal, yaitu pengaruh kognitif (seseorang menjadi tahu sesuatu), afektif (pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap, yang asalnya setuju menjadi tidak setuju), dan konatif (pengaruh berupa tingkah laku dan tindakan). Disadari atau tidak tujuan komunikasi memang untuk menyampaikan pesan agar terjadi perubahan perasaan dan tingkah laku pada komunikan yang menjadi sasaran oleh komunikator.

6. Timbal Balik

Timbal balik adalah output hasil dari proses komunikasi yang telah dilakukan komunikator dan komunikan sebelumnya, yang dimana hasil dari output ini adalah sebuah tanggapan atau respon berupa hasil dari komunikasi yang sebelumnya telah dilakukan. Komunikator dapat memperoleh timbal balik yang positif, negatif ataupun netral.

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi mempunyai berbagai macam fungsi pada penggunaannya, fungsi komunikasi menurut **Dedy Mulyana** pada bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** dibagi menjadi empat bagian, dimana bagaian tersebut yaitu:

1. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, kelangsungan hidup, kebahagiaan, dan memupuk hubungan dengan orang lain.
2. Komunikasi ekspresif yaitu dapat dilakukan sendiri atau kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan (emosi).
3. Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas yang sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, sepanjang hidup yang disebut antropologi sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan bahkan sampai pernikahan.
4. Komunikasi instrumental memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif yang berarti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui (2005:5)

2.2.1.5 Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi pasti akan mengharapkan adanya sebuah tujuan yang berupa timbal balik dari hasil komunikasi yang telah dilakukan oleh setiap individunya. Pada umumnya tujuan dari dilakukannya sebuah komunikasi adalah untuk mengharapkan adanya timbal balik dari lawan bicara guna mendapatkan informasi yang diharapkan oleh kedua belah pihak saat melakukan komunikasi.

Tujuan Komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik** menerangkan bahwa tujuan dari komunikasi adalah:

1. Mengubah sikap (*to change attitude*)

Mengubah sikap dalam artian ini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikasi melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikasi dapat mengubah sikap sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

2. Mengubah pendapat (*to change opinion*)

Mengubah opini, dimaksudkan untuk diri komunikasi terjadi adanya perubahan opini mengenai suatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

Dengan terjadinya komunikasi tersebut, diharapkan dapat mengubah perilaku, tentunya perilaku komunikasi agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

4. Mengubah masyarakat (*to change society*)

Mengubah masyarakat yang dimaksud disini cakupannya lebih meluas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator. (Effendy 1993:55).

Dengan demikian bahwa dalam melakukan sebuah komunikasi diharapkan adanya mengubah sikap, mengubah pendapat, mengubah perilaku, mengubah masyarakat. Dimana pada hakikatnya tujuan dari komunikasi adalah agar pesan/informasi yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dan dimengerti oleh komunikasi sehingga akan mendapatkan sebuah umpan balik dalam melakukan sebuah komunikasi tersebut.

2.2.1.6 Proses Komunikasi

Menurut Effendy dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek** terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam komunikasi adalah bahasa, kila, 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 hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada 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 kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, faks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Dengan demikian, proses diklasifikasikan sebagai media massa dan media nirmassa atau non massa (Effendy, 2005:11).

Suatu proses komunikasi ialah suatu aktivitas penyampaian pesan dari pengirim pesan ataupun yang disebut komunikator kepada penerima pesan atau komunikan. Pada dasarnya proses komunikasi mempunyai unsur- unsur yang mengharuskan tentang tersebut itu ada dalam proses komunikasi ada tidak komponen penting yang mesti terdapat dalam proses komunikasi yang pertama Komunikator, yang kedua Pesan serta yang ketiga Komunikan. Ketiga faktor tersebut sangatlah berarti untuk terciptanya proses komunikasi yang baik serta efisien.

2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang

menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi pribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan yang disampaikan media massa. (Mulyanan, 2005:75)

Dalam buku Pengantar **Ilmu Komunikasi**, Karya **Cangara** dijelaskan definisi dari komunikasi Massa sebagai berikut :

Proses Komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada masyarakat atau khalayak yang sifatnya sosial melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film. (1998:36)

Sedangkan dalam buku komunikasi dan Hubungan Masyarakat karya Widjadja, Komunikasi Massa di definisikan :“Komunikasi yang ditujukan kepada massa.” (1993:93). Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek karangan Effendi komunikasi massa memiliki pengertian :“

Dari Komunikasi yang menggunakan media massa.”

(1984:20)”.beberapa pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Media dalam komunikasi massa harus di tekankan karena banyak media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan dan lain-lain. Massa dalam komunikasi lebih menunjukkan pada penerima pesan yang berkaitan 16 dengan media massa. Massa disini menunjukkan pada khalayak, penonton, pemirsa atau pembaca.

2.3.1 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai beberapa ciri khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Mengutip dari karya Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, yang menjelaskan beberapa ciri-ciri komunikasi massa yaitu :

Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanis. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya peroriter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal terencana dan lebih rumit.

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.

Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila di dokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya.(2006 : 36).

Selain itu komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh Effendi di buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, yaitu :

1. Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mngetahui tanggapan para pembacanya atau penontonya tentang pesan yang ia sampaikan,
2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi oleh karena itu komunikatornya melembaga.
3. Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.
4. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan kesempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.

5. Komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikasi dari komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya, dan lain-lain (1984 : 35).

Dari ciri diatas, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi massa mempunyai efek yang ditimbulkan, akan tetapi efeknya dapat dengan langsung ataupun tertunda. Asumsi yang timbul dari penjelasan diatas memungkinkan bahwa efek yang ditimbulkan tertunda akibat dari komunikasi massa yang bersifat satu arah atau one way, walaupun ada efek yang ditimbulkan suda tentu efek tersebut akan tertunda.

2.3.1.1 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Ardianto, dkk (2004) adalah :

- a. Fungsi Informasi Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebaran informasi bagi pembaca, pendengar ataupun pemirsa.
- b. Fungsi Pendidikan Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (mass education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi, dan artikel.

- c. Fungsi Memengaruhi Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya.
- d. Fungsi Proses Pengembangan Mental Untuk mengembangkan wawasan, kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain, Dengan komunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya.
- e. Fungsi Adaptasi Lingkungan Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator dan penerima pesan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri, sehingga menimbulkan kesamaan di antara komunikator dan komunikan.
- f. Fungsi Memanipulasi Lingkungan Manipulasi di sini bukanlah diartikan sesuatu yang negative. Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk memengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling memengaruhi dunia dan orang-orang yang berada disekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat control utama dan pengaturan lingkungan. (Ardianto dan Erdinaya. 2004: 19-20)

2.4 New Media

Pengertian Media Baru (New Media) Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa

sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru. Flew mendefinisikan new media yang ditekankan pada format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital. Sistem penyebarannya melalui jaringan internet. Pada era sekarang ini jaringan internet sangat memudahkan orang dalam mengakses bentuk-bentuk baru dari media komunikasi. New media mencakup berbagai aspek. Pertama, sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, new media merupakan cara baru dalam merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat, merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas dan komunitas. Kelima, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. Dan yang terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

Media Baru merupakan konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan dukungan dari perangkat digital yang memungkinkan pengguna untuk mengakses konten tersebut kapan saja dan dimana saja. Sehingga memberikan kesempatan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima ataupun pengguna. Hal tersebut juga memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif dan kreatif pada umpan balik pesan. (Liliweri, 2015) Blog, website atau laman berita khusus, video streaming, dan berbagai media lain yang dapat mentransfer informasi dengan mudah ke mana pun. Memahami media baru menjadi salah satu langkah utama agar dapat memahami bagaimana dunia kita

saat ini. Secara umum, semua media baru memiliki karakteristik yang sama, yang berhubungan dengan perubahan di media, distribusi, produksi dan konsumsi. Andrew L. Saphiro (1999) berpendapat bahwa munculnya media baru yang memanfaatkan sinyal teknologi digital berpotensi secara radikal menggeser peran media lama sehingga memunculkan media baru tampil untuk mengendalikan informasi sekaligus mengubah kerja manusia. (Liliweri, 2015, h.284) Dalam bukunya yang berjudul *New media: A Critical Introduction* Martin Lister menyatakan bahwa media baru adalah sebuah terminologi yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan dalam skala besar dalam produksi suatu media, artinya bahwa yang didalamnya ada distribusi media, dan penggunaan media yang bersifat teknologis dan konvensional budaya (Lister et al. 2009). Menurut Alwi Dahlan dalam jurnal yang berjudul *Intervensi media dan Impersonalisasi Otoritas keagamaan di Indonesia*, ditulis oleh Mutohharun Jinan (2013) karakteristik dari new media adalah: digital, interaktif, hypertextual, virtual, berjejaring, dan simulatif. Tanpa elaborasi teknis, karakteristik ini memungkinkan 32 media baru untuk menyajikan bentuk berbagai konten, seperti teks, gambar video, dan suara, semua bersama-sama sebagai bagian dari media yang sama, berdasarkan teknologi digital. Hal ini juga mengubah audien media baru menjadi pengguna, mandiri, otonom, yang bebas untuk memilih konten tertentu atau topik, dalam bentuk presentasi, dari setiap situs di internet, atau kombinasi dari keduanya, pengguna terasa lebih nyaman karena karakteristik interaktif, hypertextual dan jaringan dari media baru.

Menurut Lev Manovich dalam buku yang berjudul *The New Media*

Reader menjelaskan bahwa media baru merupakan sebuah paradigma dan objek budaya baru dalam dunia media massa di tengah masyarakat. Media baru adalah media yang berbasis teknologi komputer. Dalam penyebarannya, digunakan teknologi komputer sebagai platform distribusi informasi dan melalui data digital yang dikendalikan oleh aplikasi tertentu. Media baru merupakan campuran antara konvensi budaya yang sudah ada dengan konvensi software. Media baru merupakan perpaduan antara konvensi budaya yang lebih tua dan konvensi budaya baru. Dengan kata lain, media baru adalah pembaruan pada model penyebaran informasi dengan memanfaatkan teknologi seperti perangkat lunak. Selain itu media baru juga menghasilkan estetika baru, karena media baru menyediakan strategi untuk meningkatkan kualitas estetika konten (misalnya dengan adanya photoshop orang dapat memanipulasi foto agar terlihat lebih bagus). (Liliweri, 2015, h.286).

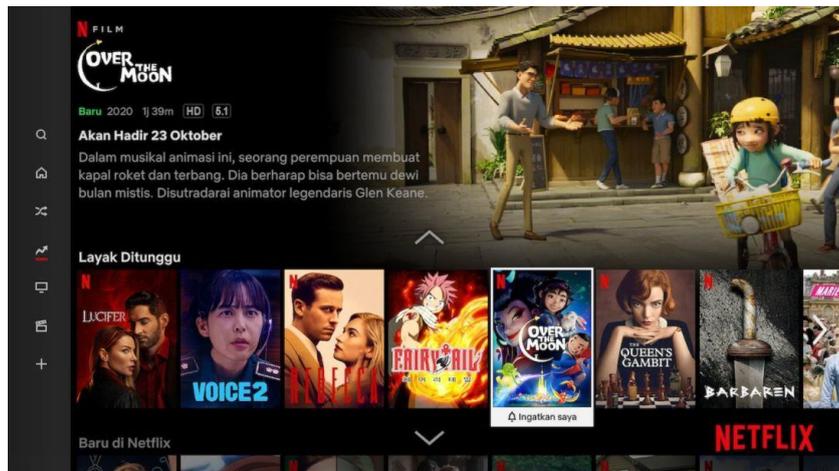
Perangkat media elektronik baru yang disebutkan ini mencakup beberapa sekumpulan sistem yang saling berhubungan untuk membentuk suatu kesatuan 33 fungsi-kinerja, meliputi sistem teknologi, sistem transmisi, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Dan juga sistem penyajian gambar yang dibuat dengan menggunakan teknologi komputer. Media baru memiliki beberapa karakteristik. Manovich memfokuskan tiga karakteristik media baru tersebut yaitu variabilitas, modularitas, dan transcoding. Variabilitas merupakan salah satu karakteristik utama masyarakat postmodern, menjelaskan bahwa semua orang dapat memproduksi gambar dan suara sesuai dengan keinginan mereka masing - masing.

Karakteristik yang kedua yakni modularitas yang merupakan suatu konsep yang dipahami oleh masyarakat pasca industri, menjelaskan bahwa media digital memiliki berbagai komponen bersifat diskrit yang artinya tampak terpisah tetapi dapat disusun atau digabungkan setiap saat dalam representasi data numerik, dari modularitas inilah orang dapat menciptakan variasi konten.

Sedangkan karakteristik ketiga ialah transcoding, merupakan proses memungkinkan para pengguna semakin mudah menerjemahkan apa yang ia kerjakan ke dalam format yang berbeda terlebih lagi dengan adanya dukungan dari proses komputerisasi. (Liliweri, 2015, h.288)

2.5 Aplikasi Streaming

Aplikasi Streaming merupakan teknologi pengiriman data baik video, maupun audio dalam bentuk yang sudah dikompresi lewat jaringan internet. Data tersebut ditampilkan pada aplikasi secara realtime. Ada beberapa aplikasi streaming yang di legalakan di Indonesia seperti youtube, twitch, Netflix, vidio, dan beberapa aplikasi lainnya yang dapat digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat.



Gambar 2.1 Tampilan Aplikasi Streaming Netflix (Sumber Google)

Dalam media streaming terdapat beberapa layanan pendukung agar khalayak dapat menonton sepenuhnya salah satunya adalah Netflix. Netflix merupakan sebuah layanan streaming video online yang menyajikan berbagai macam konten hiburan on-demand secara berlangganan. Sehingga untuk para konsumennya akan memperoleh dan menambah pengalaman untuk dapat menyaksikan film dengan mudah dan praktis.

Aplikasi streaming juga membutuhkan aplikasi untuk melakukan dekompresi agar data yang telah dikirim dapat di tampilkan di perangkat monitor yang digunakan. Biasanya video atau audio akan dibuat terlebih dulu kemudian baru di *upload* ke aplikasi atau situs *streaming* tersebut. Namun, biasanya beberapa aplikasi dan situs juga menyediakan fitur untuk mengunduh video tersebut agar bisa dinikmati secara *offline*. Biasanya video atau audio akan dibuat terlebih dulu kemudian baru di *upload* ke aplikasi atau situs *streaming* tersebut.

Namun, biasanya beberapa aplikasi dan situs juga menyediakan fitur untuk mengunduh video tersebut agar bisa dinikmati secara *offline*.

2.5.1.1 Aplikasi

Aplikasi Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (1998:52), “Aplikasi adalah penerapan dari rancangan sistem untuk mengelola data yang menggunakan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman tertentu”. Secara historis, aplikasi adalah software yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan. Aplikasi adalah software yang dibeli perusahaan dari tempat pembuatnya. Aplikasi akan menggunakan System Operation (OS), computer dan aplikasi lainnya yang dapat mendukung aplikasi memiliki 2 tipe yang dimana 2 tipe tersebut adalah aplikasi online dan non online, aplikasi online membutuhkan internet agar dapat mengoperasikan atau menjalankan aplikasi, namun aplikasi non online tidak perlu menggunakan internet akan dapat 22 mengoperasikan suatu aplikasi. Ada pun pengertian aplikasi menurut Jogiyanto (1999:12), adalah penggunaan dalam suatu komputer, intruksi atau pernyataan yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses input dan output.

2.5.1.2 Klasifikasi Aplikasi

Aplikasi dapat digolongkan meliputi beberapa kelas, kelas-kelas tersebut antara lain :

1. Perangkat Lunak (enterprise)
2. Perangkat Lunak Infrastruktur Perusahaan

3. Perangkat Lunak Informasi Kerja
4. Perangkat Lunak Media dan Hiburan
5. Perangkat Lunak Pendidikan
6. Perangkat Lunak Pengembangan Media
7. Perangkat Lunak Rekayasa Produk

Pada pengertian umumnya, aplikasi adalah alat terapan yang difungsikan secara khusus dan terpadu sesuai kemampuan yang dimilikinya.

2.5.2 Definisi Netflix

Netflix adalah layanan streaming yang menawarkan berbagai acara televisi, film, film dokumenter, dan anime yang diakses dengan perangkat yang terhubung ke internet. Pengguna Netflix bisa menonton sepuasnya, kapan pun, dimana pun, dengan media apa pun dengan biaya langganan per bulan. Kantor pusat Netflix berada di Los Gatos, California. Netflix didirikan pada tahun 1997 oleh Reed Hasting and Marc Randolph di Scotts Valley, California. Model bisnis awal Netflix adalah penjualan Digital Video Disc (DVD) dan rental melalui pengiriman. Satu tahun setelah berdiri, Netflix fokus kepada penyewaan DVD dari pada penjualan DVD, sehingga bisnis usaha penjualan DVD ditinggalkan. Pada tahun 2007, Netflix memperluas bisnisnya dengan mengenalkan media streaming namun tetap mempertahankan layanan penyewaan DVD dan Blu-ray. Perusahaan ini memperluas usahanya secara internasional, dengan layanan streaming tersedia di Canada pada tahun 2010 dan sejak saat itu layanan tersebut semakin berkembang. Sejak Januari 2016, layanan Netflix telah beroperasi lebih dari 190 negara, layanan ini tersedia secara bebas di Internet kecuali daratan

China, Suriah, Republik Krimea, dan Indonesia (beberapa penyedia layanan internet memblokirnya karena masalah sensor). Sejak Juli 2018, Netflix memiliki lebih dari 130 juta total pelanggan secara internasional, termasuk 57.38 juta di Amerika Serikat sendiri. Upaya mereka adalah memproduksi konten baru, mengamankan hak untuk konten tambahan, dan perbedaan melalui 190 negara telah mengakibatkan perusahaan untuk mengajukan miliaran utang jangka panjang.

2.5.2.1 Fitur Netflix

Berbicara soal hiburan secara *on-demand*, Netflix menjadi salah satu layanan yang diunggulkan kebanyakan orang berkat kontennya yang beragam.

Ternyata *oh* ternyata, yang beragam tak hanya konten film dan serialnya saja, tapi juga fitur tersembunyi di dalamnya. Berikut fitur yang tersedia di aplikasi netflix :

1. Mengkustomisasi subtitle

Pengguna Netflix dapat mengatur subtitle mulai dari ukuran font, jenis font, bayangan tek, menambah bayangan teks dan menambah latar belakang.

2. Netflix Roulette

Netflix Roulette adalah sebuah fitur yang dapat memunculkan acara atau film Netflix secara acak, layaknya fitur “mainkan apa saja”. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memfilter berdasarkan genre dan peringkat IMDb agar mendapatkan tontonan yang diinginkan oleh penggunanya.

Menggunakan kode untuk mengakses konten

pengguna dapat menggunakan kode untuk mempersempit pencarian untuk judul dalam genre tertentu.

3. Mengunduh video untuk ditonton

Ketika melakukan streaming, kita membutuhkan koneksi internet yang aman untuk tetap lancar menonton. Seringkali juga kita tiba-tiba bosan di dalam perjalanan darat, laut, atau udara dan ingin nonton film atau serial, Netflix memberikan kemudahan untuk para penggunanya agar bisa mengunduh film, serial tertentu kedalam ponsel, laptop, atau perangkat lainnya.

4. Deskripsi audio

Netflix memiliki fitur Deskripsi Audio yang sangat berguna bagi pengguna yang memiliki gangguan pada penglihatan.

Saat fitur ini diaktifkan maka suara yang ada akan menggambarkan bagaimana ekspresi wajah, pakaian, lingkungan, gerakan tubuh, dan elemen lain yang muncul.

Untuk mengaktifkannya, putar video Netflix, lalu ketuk layar pada ponsel, tablet, atau komputer. Pilih kotak ikon 'Dialog' untuk melihat bahasa yang tersedia untuk deskripsi audio.

5. Memakai *password* pada akun Netflix

Salah satu keunggulan berlangganan Netflix adalah pengguna bisa berbagi akun dengan teman atau anggota keluarga. Tipe *subscription* tertinggi di Netflix memungkinkan untuk membuat 5 profil Netflix sekaligus. Tujuannya agar masing-masing pengguna bisa mengatur daftar tontonan, preferensi bahasa, hingga tampilan *subtitle*-nya sendiri. Karena digunakan secara bersamaan maka pengguna profil bisa mengunci profilnya dengan PIN. Mengunci profil Netflix juga bisa melindungi anak-anak dibawah umur agar tidak menonton konten tidak sesuai yang tersedia di Netflix

2.6 Kerangka Teoritis

2.6.1 Fenomenologi

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel Kant memulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Fichte dan G.W.F. Hegel. Pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai 'kesengajaan'. Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Karena pada abad inilah, pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme

yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari pengindraan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera .

Di sisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia (rasio). Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akal yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Menurut aliran ini, pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar. Filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Immanuel Kant** dalam Fenomenologi **Engkus** menyebutkan bahwa fenomena adalah:

Sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya
(hasil sintesis antara pengindraan dan bentuk konsep dari objek,
sebagaimana tampak pada dirinya). (2009:4)

Jadi dapat kita simpulkan bahwa Immanuel Kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahasan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun (abad

ke 18 dan 19).

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilih unsur mana yang berasal dari pengalaman (phenomena) dan mana yang terdapat dalam akal (*noumena* atau *the thing in the self*). Fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat Eropa sepanjang abad ke-20.

Setelah itu kemudian muncul kembali pendapat dari Franz Brentano yang meletakkan dasar fenomenologi lebih tegas lagi. Dalam tulisannya yang berjudul *Psychology from an Empirical Standpoint* (1874). Brentano mendefinisikan fenomena sebagai sesuatu yang terjadi dalam pikiran. Sedangkan fenomena mental adalah tindakan yang dilakukan secara sadar. Kemudian ia membedakan antara fenomena mental dengan fenomena fisik (objek atau persepsi eksternal yang dimulai dari warna dan bentuk). Jadi bagi Brentano, fenomena fisik ada karena 'kesengajaan', dalam tindakan sadar (*intentional in existence*).

Menurut **Brentano** yang dikutip oleh Engkus dalam bukunya yang berjudul **Fenomenologi**, pengertian fenomenologi adalah:

Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam 'kesadaran' kita,
baik dalam bentuk persepsi, khayalan, keinginan atau pikiran.
(2009:5)

Bila kita bandingkan dengan pemikiran sebelumnya yang diungkapkan oleh Immanuel Kant, pengertian tentang fenomenologi yang diungkapkan oleh Brentano ini lebih luas. Pengertian fenomenologi ini juga yang mengantarkan pada sebuah fenomenologi yang lebih hakiki.

Bretano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis. Psikologi geneti mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena mental, sedangkan fenomenologi deskriptif mendefinisikan dan mengklasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk di antaranya persepsi, pendapat dan emosi. Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu berhbungan dengan objek tertentu.

Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Bretano dengan feneomenologi tahun 1889. Pada masa berikutnya, selain **Bretano** dan **William James** dengan **Principle of Psychology (1891)**, berkembang pula teori semantic atau logika dari **Bernard Bolzano** dan **Edmund Husserl** (logika modern), termasuk **Gottlob Frege**.

Husserl melalui tulisannya yang berjudul *Logical Investigations* menggabungkan antar psikologi deskriptif dengan logika. Pemikiran tersebut memperlihatkan bahwa Husserl terinspirasi oleh pemikiran Bolzano mengenai logika idela dan psikologi deskriptif.

Menurut Husserl yang dikutip oleh Engkus dalam bukunya *Fenomenologi* menjelaskan bahwa:

Fenomena harus dipertimbangkan sebagai muatan objektif yang disengaja (*intentional objects*) dan tindakan sadar subjektif. Jadi fenomenologi mempelajari kompleksitas kesadaran dan fenomena yang terhubung dengannya. (2009:6).

Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan noesis dan sedangkan istilah noema untuk isi dari kesadaran itu. Noema dari tindakan sadar

disebut Husserl sebagai makna ideal dan objek sebagaimana tampak. Fenomena (objek sebagaimana tampak) adalah noema. Husserl ini menjadi dasar dari teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan (apakah noema salah satu aspek dari objek atautkah media dari tujuan). Singkatnya, fenomenologi Husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika.

2.6.2 Fenomenologi Alfred Schutz

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian Ilmu Komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan musik dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya. Terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

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

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

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life*

world ini, yaitu **pertama**, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). **Kedua**, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). **Ketiga**, daam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. **Keempat**, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. **Kelima**, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. **Keenam**, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

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

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

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

Realitas intersubjektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu :

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

Ada beberapa tipifikasi yang dianggap penting dalam kaitan dengan intersubjektivitas, antara lain:

1. Tipifikasi Pengalaman

Semua bentuk yang dapat dikenali dan diidentifikasi, bahkan berbagai objek yang ada di luar dunia nyata, keberadaannya didasarkan pada pengetahuan yang bersifat umum.

2. Tipifikasi Benda-benda

Merupakan sesuatu yang kita tangkap sebagai ‘sesuatu yang mewakili sesuatu’.

3. Tipifikasi Dalam Kehidupan

Sosiolog yang dimaksud sebagai system, role status, role expectation dan institutionalization itu dialami atau melekat pada diri individu dalam kehidupan sosial.

Schutz mengidentifikasi empat realitas sosial, di mana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediiasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *unwelt*, *mitwelt*, *folgewelt* dan *vorwelt*.

- a. **Unwelt**, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung di dalam dunia kehidupan sehari-hari.
- b. **Mitwelt**, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian.
- c. **Folgewelt**, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang.
- d. **Vorwelt**, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

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

Untuk mempelajari interaksi sosial antara pribadi dalam fenomenologi digunakan empat tipe ideal berikut ini:

1. *The Eyewitness* (Saksi Mata), yaitu seseorang yang melaporkan kepada peneliti sesuatu yang telah diamati di dunia dalam jangkauan orang tersebut.
2. *The Inside* (Orang Dalam), yaitu seseorang yang karena hubungannya dengan kelompok yang lebih langsung dari peneliti sendiri, lebih mampu melaporkan suatu peristiwa atau pendapat orang lain, dengan otoritas berbagai sistem yang sama relevansinya sebagai anggota lain dari kelompok. Peneliti menerima informasi orang dalam sebagai 'benar' atau sah, setidaknya sebagian, karena pengetahuannya dalam konteks situasi lebih dalam diri saya.
3. *The Analyst* (Analisis), yaitu seseorang yang berbagi informasi relevan dengan peneliti, orang itu telah mengumpulkan informasi dan

mengorganisasikannya sesuai dengan sistem relevansi.

4. The Commentator (komentator), Schutz menyampaikan juga empat unsur pokok fenomenologi sosial, yaitu:
 - a. Pertama, perhatian terhadap aktor.
 - b. Kedua, perhatian kepada kenyataan yang penting atau yang pokok dan kepada sikap yang wajar atau alamiah (natural attitude).
 - c. Ketiga, memusatkan perhatian kepada masalah mikro.
 - d. Keempat, memperhatikan pertumbuhan, perubahan dan proses tindakan

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan panduan agar penelitian lebih fokus kepada masalah yang akan diteliti, yaitu mengenai Fenomena penggunaan aplikasi netflix dikalangan mahasiswa FISIP Unpas. Berdasarkan etimologi, istilah fenomenologi berasal dari dua kata bahasa Yunani, yaitu *phenomenon* dan *logos*. Merupakan sebuah studi dalam bidang filsafat yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena. Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia.

Seperti yang dikemukakan oleh Little John bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia sekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas

sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan. Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersikap intersubyektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala. Natanson menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindak sosial.

Ada tiga prinsip dasar fenomenologi yang disimpulkan oleh Stanley Deetz yaitu:

1. Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar. Kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengan pengalaman itu sendiri.
2. Makna benda terdiri dari kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Bagaimana kita berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi kita.
3. Bahasa merupakan kendaraan makna. Kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu.

Teori fenomenologi menurut Alfred Schutz mengatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula terjadi di dalam kesadaran individual kita secara

terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (act) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana cara-cara yang sama sehingga kita bisa melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut.

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala (phenomenon) yang bentuk jamaknya phenomena merupakan istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Schutz memiliki pandangan bahwa manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama.

Bila dikaitkan dengan fenomenologi maka peneliti mencoba mengungkapkan teori diatas bahwa fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas sosial, tentang studi fenomenologi mengenai Fenomena penggunaan aplikasi Netflix dikalangan mahasiswa Fisip Unpas. Dari penjelasan

diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

