

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1. *Review Penelitian Sejenis*

Sebelum melakukan penelitian yang berjudul FENOMENA BERITA VIRAL PADA KASUS MAHASISWA *INTERNSHIP* CAMPUSPEDIA DI MEDIA SOSIAL TWITTER, peneliti terlebih dahulu melakukan penyusunan kajian literatur. Peneliti melakukan kajian literatur dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang sejenis atau relevan dengan kepentingan penelitian ini. Terdapat tiga penelitian yang mendukung penelitian ini:

- 1) Penelitian berjudul “**Fenomena Korean Roleplayer di Media Sosial Twitter**” oleh Gina Gilang Gantina, Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif, tindakan serta makna dari fenomena *Korean player* di media sosial twitter. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori fenomenologi. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan, wawancara dan observasi lapangan.
- 2) Penelitian berjudul “**Fenomena *Sugar Baby* Di Kalangan Mahasiswa**” oleh Yona Fitriyani, Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan

pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan fenomena dari pelaku sugar baby di kalangan mahasiswa, dibagi menjadi tiga tujuan yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu mengetahui apa motif, bagaimana tindakan dan apa makna sugar baby bagi para pelakunya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu teknik wawancara dan observasi langsung ke lapangan.

- 3) Jurnal penelitian ini berjudul **“Fenomena Trending Topic Di Twitter Analisis Wacana Twit #Savehajilulung”** dibuat oleh Christiany Juditha pada tahun 2015. Jurnal ini diterbitkan oleh penelitian jurnal komunikasi dan pembangunan vol. 16 No. 2. Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan gambaran tentang analisis wacana twit #SaveHajiLulung yang menjadi trending topic di Twitter. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi wacana yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data-data (semua twite mengenai #SaveHajiLulung) kemudian dikategorikan berdasarkan struktur wacana Van Dijk (struktur makro, super struktur dan struktur mikro).

Tabel 2. 1
Review Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	
1	Nama Peneliti	Gina Gilang Gantina
	Judul Penelitian & Tahun Terbit	Fenomena Korean Roleplayer di Media Sosial Twitter (2020)
	Teori & Metode Penelitian	Teori Fenomenologi Alfred Schutz & Kualitatif
	Hasil Penelitian	Penelitian ini membahas tentang Fenomena <i>Korean Roleplayer</i> di Media Sosial Twitter. Hasil penelitian ini mendapatkan motif, tindakan dan makna dari para <i>Korean Roleplayer</i> . Motif dari perilaku akun alter twitter dalam menggunakan akun alter karena untuk mengisi waktu senggang dan menghilangkan rasa stres. Tindakan setelah para informan bermain <i>roleplay</i> mereka merasa menjadi lebih terbuka tentang masalah yang sedang dialami dengan berbagi cerita kepada orang yang dipercaya. Secara keseluruhan mereka memaknai <i>roleplay</i> sebagai wadah untuk mengutarakan keluhan yang sedang dirasakan.
	Persamaan	Persamaannya terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif dan teori yang digunakan yaitu teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Selain itu, kedua fenomena ini terjadi di media sosial twitter.
	Perbedaan	Penelitian ini meneliti Fenomena Korean Roleplayer di Media Sosial Twitter. Sedangkan, penelitian ini meneliti Fenomena Berita Viral Kasus Mahasiswa <i>Internship</i> Campuspedia di Media Sosial Twitter.

2	Nama Peneliti	Yona Fitriyani
	Judul Penelitian & Tahun Terbit	Fenomena <i>Sugar Baby</i> di Kalangan Mahasiswa (2019)
	Teori & Metode Penelitian	Teori Fenomenologi Alfred Schutz & Kualitatif
	Hasil Penelitian	Dari penelitian ini dapat ditemukan bahwa motif perilaku <i>sugar baby</i> yang dilakukan oleh para mahasiswa diakibatkan karena adanya keterbatasan ekonomi baik untuk memenuhi kebutuhan sehari hari, berkuliah ataupun sekedar hanya untuk memenuhi tuntutan gaya hidup yang tinggi. Tindakan yang dilakukan karena memiliki gaya hidup yang tinggi. Selanjutnya para <i>sugar baby</i> memaknai fenomena ini merupakan perilaku yang salah, namun mereka membangun hubungan yang saling menguntungkan dan tidak bisa disalahkan.
	Persamaan	Persamaan terletak pada teori yang digunakan yaitu Teori Fenomenologi Alfred Schutz. Subjek penelitian yang sama yaitu Mahasiswa. Serta teknik pengumpulan data yang sama yaitu wawancara.
	Perbedaan	Peneliti sebelumnya meneliti tentang fenomena <i>sugar baby</i> di kalangan mahasiswa, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah Fenomena Berita Viral Kasus Mahasiswa <i>Internship</i> Campuspedia di Media Sosial Twitter.
3	Nama Peneliti	Christiany Juditha
	Judul Penelitian & Tahun Terbit	Fenomena Trending <i>Topic</i> Di Twitter Analisis Wacana Twit #Savehajibulung (2015)

	Teori & Metode Penelitian	Teori Analisis wacana Van Dijk & Kualitatif
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tema yang paling menonjol adalah penggambaran negatif (sindiran) dari sosok Haji Lulung oleh netizen yang mengikuti perkembangan isu kasus setiap harinya.
	Persamaan	Persamaan terletak pada sebuah fenomena yang diangkat di media sosial twitter.
	Perbedaan	Penelitian sebelumnya menggunakan teori Analisis isi wacana sedangkan penelitian ini menggunakan teori fenomenologi.

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. Komunikasi

2.1.2.1.1. Definisi Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu ingin menjalin hubungan dengan manusia lainnya karena komunikasi sangat dibutuhkan dalam segala aspek kehidupan. Hal ini memerlukan manusia untuk selalu saling berkomunikasi.

Menurut Everett M. Rogers yang dikutip dalam buku Deddy Mulyana (2016), komunikasi adalah proses pengalihan atau memindahkan ide sumber (komunikator) ke satu penerima pesan atau lebih (komunikan) untuk mengubah perilaku penerima pesan. Sedangkan menurut Mr Croskey dalam Liliweri (2011), komunikasi merupakan proses yang mendeskripsikan seseorang menaruh stimulasi dalam makna pesan verbal dan nonverbal ke dalam pikiran orang lain.

Komunikasi dilakukan melalui sebuah proses yang berawal dari komunikator atau pengirim pesan, dimana sebuah ide, gagasan ataupun pesan disampaikan dengan cara verbal maupun non-verbal, yang kemudian disampaikan kepada komunikan melalui sebuah media. Di dalam sebuah komunikasi perlu tercapainya makna yang sama sehingga akan menimbulkan sebuah timbal balik (*feedback*).

2.1.2.1.2. Unsur-unsur Komunikasi

1) Komunikator

Dalam sebuah komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat dan pengirim informasi. Sumber juga dapat disebut sebagai komunikator, pengirim pesan, *source*, *encoder* dan *sender*. Komunikator terdiri dari seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah komunikasi. Komunikator mempunyai tujuan untuk menyampaikan pesan kepada penerima pesan (komunikan) dengan baik dan mudah dimengerti.

2) Komunikan

Komunikan merupakan pihak yang dipilih komunikator untuk menerima pesan atau informasi. Komunikan sering juga disebut penerima, pendengar, khalayak, dan sasaran. Menurut Hafied Cangara (2004), penerima merupakan unsur penting dalam sebuah komunikasi, karena penerima pesan yang menjadi sasaran dalam komunikasi tersebut. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima pesan maka akan menyebabkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber pesan atau saluran.

3) Pesan

Pesan merupakan salah satu unsur dalam komunikasi yang sangat penting, biasanya bersifat verbal maupun non-verbal mewakili sesuai isi pesan yang disampaikan. Pesan dalam komunikasi berisi sebuah informasi, ilmu pengetahuan, hiburan nasehat atau propaganda.

Komunikasi verbal dilakukan dengan menggunakan bahasa yang berbentuk lisan maupun tulisan. Sedangkan, komunikasi non-verbal dilakukan dengan menggunakan bahasa tubuh seperti mimik wajah, gerak isyarat, kontak mata ataupun simbol-simbol yang menggunakan gerakan tubuh sehingga memudahkan komunikator dengan komunikan untuk saling memahami.

Pesan dalam proses komunikasi dimaknai sebagai sesuatu yang disampaikan komunikator baik dengan cara tatap muka maupun melalui sebuah media kepada komunikan.

4) Media

Media merupakan sebuah saluran atau alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dalam proses komunikasi.

5) *Feedback* (Timbal Balik)

Feedback merupakan efek yang dihasilkan dalam berkomunikasi berupa reaksi hasil dari pengaruh pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. *Feedback* yang diberikan oleh komunikan menentukan apakah pesan yang dikirim telah sampai dan dipahami oleh komunikan. Komunikasi

yang efektif adalah komunikasi yang dapat menimbulkan suatu pengertian yang sama tentang suatu pesan.

2.1.2.1.3. Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi tentunya ada suatu tujuan tertentu. Menurut Onong Uchjana Effendy (2003), tujuan dari komunikasi adalah:

1) Perubahan sikap (*attitude change*)

Mengubah sikap komunikan melalui pesan-pesan yang disampaikan komunikator sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai apa yang diharapkan dan tujuan komunikator.

2) Perubahan pendapat (*opinion change*)

Dengan adanya komunikasi yang dilakukan, akan adanya perubahan yang terjadi pada diri komunikan mengenai perubahan pendapat mengenai suatu hal yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

3) Perubahan perilaku (*behavior change*)

Melaui pesan yang disampaikan diharapkan adanya perubahan perilaku sesuai komunikan.

4) Perubahan sosial (*social change*)

Perubahan pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan dan tujuan komunikator.

2.1.2.1.4. Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy, fungsi komunikasi dapat dikelompokkan menjadi empat bagian, sebagai berikut:

1) Menginformasikan (*to inform*)

Memberitahukan serta menjelaskan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang telah terjadi, pemikiran dan perilaku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2) Mendidik (*to educate*)

Melalui komunikasi masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikiran kepada orang lain agar mendapatkan informasi dan pengetahuan.

3) Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi juga memiliki fungsi untuk menyampaikan hiburan kepada masyarakat atau menghibur orang lain.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi ini berarti setiap individu berkomunikasi dengan mempengaruhi cara berpikir orang lain dan melakukan upaya untuk mengubah sikap dan perilaku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.

2.1.2.1.5. Hambatan Komunikasi

Proses berkomunikasi terdapat hambatan yang menghalangi jalannya proses komunikasi yang efektif. Effendy (2003), mengatakan bahwa terdapat beberapa hambatan pada proses komunikasi yang perlu diperhatikan:

1) Gangguan (*noises*)

Menurut sifatnya terdapat dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yaitu mekanik dan semantik. Gangguan mekanik terjadi karena adanya hambatan dalam saluran komunikasi yang mengakibatkan tidak berfungsi dengan baik. Sementara gangguan semantik adalah gangguan yang terjadi karena pesan komunikasi yang disampaikan terdapat kesalahpahaman dalam bahasa yang disampaikan.

2) Kepentingan

Setiap orang memiliki kepentingan sendiri dalam hidupnya. Hal ini membuat seseorang menjadi lebih selektif dalam menerima pesan sesuai kebutuhan dan keinginan. Seseorang yang membutuhkan informasi mengenai berita tentang hari ini tidak akan mencari berita dua bulan yang lalu.

3) Motivasi terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Dengan berjalannya waktu keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda, sehingga motivasi yang dimiliki seseorang bersifat intensitas. Perbedaan motivasi yang dimiliki dapat menjadi hambatan komunikasi. Semakin sesuai motivasi yang dimiliki seseorang maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan.

4) Prasangka (*Prendice*)

Prasangka merupakan suatu hambatan berat dalam kegiatan komunikasi. Setiap manusia memiliki emosi yang membuat seseorang bisa menarik kesimpulan atas dasar kecurigaan tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi dapat membutakan pandangan seseorang terhadap fakta yang sebenarnya. Emosi ini mengakibatkan seseorang dapat mempunyai prasangka buruk sehingga bersikap curiga kepada seseorang atau komunikator yang hendak memberikan komunikasi.

5) Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis terjadi karena gangguan lingkungan dalam proses komunikasi yang sedang berlangsung. Misalnya suara hujan atau kendaraan yang mengganggu saat proses pertukaran pesan sedang berlangsung.

2.1.2.2. **Komunikasi Massa**

Menurut Defleur dan McQuail dalam Riswandi (2009), komunikasi massa merupakan sebuah proses penggunaan media massa sebagai media yang dilakukan oleh komunikator untuk dapat mempengaruhi khalayak besar dengan menyebarkan pesan-pesan secara luas dan secara terus-menerus menciptakan makna-makna.

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran dengan menggunakan sebuah media berisi pesan yang akan disampaikan sehingga mendapatkan *feedback*. Sedangkan massa merujuk kepada khalayak, *audience*, penonton dan orang banyak. Komunikasi massa biasa dilakukan melalui media massa. Komunikasi yang

dilakukan dengan menggunakan media massa akan menyebar secara cepat sehingga dapat dengan cepat dan serentak diterima oleh masyarakat luas.

Komunikasi massa merupakan komunikasi satu arah dimana dalam media massa komunikator hanya memberikan pesan kepada khalayak tanpa mendapatkan *feedback* langsung dari khalayak. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan kegiatan untuk menerima dan mencari informasi melalui media massa baik cetak maupun elektronik yang ditunjukkan kepada masyarakat atau khalayak banyak. Dengan adanya komunikasi massa membantu memperlancar proses pertukaran pesan dikehiduan sehari-hari.

2.1.2.2.1. Karakteristik Komunikasi Massa

Proses komunikasi massa lebih rumit daripada bentuk komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang berada di media massa akan sulit ditentukan siapa pengarangnya atau siapa yang bertanggungjawab dalam menangani pesan tersebut. Selain itu menurut Ardianto (2007), karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1) Komunikator Terlembagakan

Komunikator menjadi ciri utama dalam komunikasi massa. Komunikasi massa melibatkan dan dilakukan oleh lembaga. Artinya, ada beberapa pihak yang bersifat kompleks, ikut terlibat dalam proses komunikasi ini.

2) Pesan Bersifat Umum

Pesan komunikasi massa bersifat terbuka karena pesan yang ditujukan untuk semua pihak, bukan hanya pada satu pihak.

3) Komunikasinya Anonim dan Heterogen

Pada komunikasi massa komunikator tidak saling mengenal komunikannya. Hal ini dikarenakan komunikasi massa menggunakan media yang dilakukan secara tidak tatap muka. Komunikasi bersifat beragam (heterogen) juga karena banyak lapisan masyarakat (umur, jenis kelamin, pekerjaan, dll) yang menerima pesan tersebut.

4) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan dalam komunikasi massa adalah jumlah sasaran khalayak yang dicapai relatif banyak dan tidak ada batasan untuk menerima pesan yang sama secara bersamaan.

5) Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Hal terpenting dalam komunikasi massa adalah bagaimana seorang komunikator mengorganisasikan pesan yang akan disampaikan secara sistematis sesuai dengan jenis media yang digunakan sehingga komunikasi bisa memahami isi pesan.

6) Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikasi massa bersifat satu arah karena komunikator dengan komunikasi melakukan pertukaran pesan melalui sebuah media, sehingga tidak dapat menjalin kontak secara langsung dan komunikasi tidak dapat langsung menanggapi pesan yang disampaikan.

7) Stimulasi Alat Indera Terbatas

Stimulasi alat indra dalam komunikasi massa sesuai dengan jenis media massa yang digunakan. Dalam media surat kabar dan majalah, pembaca hanya dapat melihat isi pesan yang disampaikan. Dalam siaran radio dan rekaman auditif, khalayak hanya bisa menggunakan indera pendengaran. Pada media televisi dan film, penonton bisa menggunakan dua indera sekaligus yaitu penglihatan dan pendengaran.

8) Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Dalam proses komunikasi massa komunikator tidak dapat langsung mengetahui reaksi dan tanggapan khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

2.1.2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa

Sholihat (2019), mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum sebagai berikut:

1) Fungsi Informasi

Media massa merupakan media penyebaran informasi mengenai peristiwa yang didapatkan dari sumber terpercaya dan disebarluaskan kepada masyarakat.

2) Fungsi Hiburan

Media massa berfungsi sebagai media hiburan. Masyarakat dapat menemukan hal-hal yang bersifat menghibur di media massa.

3) Fungsi Meyakinkan

Masyarakat menggunakan media massa untuk mendapatkan sebuah informasi. Hal ini membuat masyarakat bergantung dan selalu menggunakan media massa sebagai alat untuk mencari informasi. Masyarakat mempercayai apa yang disampaikan oleh media komunikasi massa tersebut.

4) Fungsi Persuasi

Media massa berfungsi untuk mempersuasi masyarakat, hal ini dapat mempengaruhi masyarakat akses dalam bermedia sosial. Media komunikasi massa memiliki sisi positif dalam fungsi ini.

5) Fungsi Pengawasan

Tentunya dalam melakukan komunikasi massa, harus terus selalu diawasi dan berfungsi dengan baik sesuai prosedur yang telah ditentukan agar media komunikasi massa ini tidak melebihi batas prosedur yang ada.

6) Fungsi Korelasi

Media masaa memiliki fungsi korelasi yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam menyampaikan saran dan aspirasinya kepada pemerintah. Media massa dapat membangun serta menguhubungan masyarakat degan pemerintah secara mudah. Tentunya fungsi ini memiliki manfaat yang besar untuk masyarakat.

2.1.2.2.3. Jenis-jenis Media Massa

Komunikasi massa tentunya menggunakan media massa sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan. Terdapat tiga jenis media massa berdasarkan pada sifat fisiknya:

1) Media Cetak

Media cetak merupakan sebuah alat komunikasi massa pertama yang dikenal masyarakat sebagai media berbentuk lembaran kertas yang sudah dicetak. Media cetak adalah suatu dokumen dari sebuah peristiwa yang diambil dan diolah oleh seorang jurnalis dan biasa disajikan dalam bentuk kata-kata, gambar dan sebagainya. Media cetak dinilai lebih informatif, lengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara garis besar media cetak hanya terdiri dari dua jenis yaitu surat kabar dan majalah.

2) Media Elektronik

Media elektronik merupakan media massa yang bersifat lebih modern karena pada proses bekerjanya berdasarkan pada prinsip elektronik dan elektromagnetis. Selain itu, media elektronik tergolong cepat dalam menyebarkan informasi ke masyarakat. Informasi dikemas dalam tampilan audio dan visual, serta media elektronik juga dapat menampilkan proses terjadinya suatu peristiwa. Maka dari itu, selain menyampaikan informasi media elektronik juga memiliki fungsi sebagai media hiburan melalui tampilan audiovisual. Media elektronik yang populer dikalangan masyarakat adalah radio dan televisi.

3) Media Online

Media online hadir sebagai media terbaru dari media-media sebelumnya. Media online juga dikenal sebagai media digital yang ditampilkan secara online di website internet. Media online dapat memproses dan menyebarkan informasi tanpa batas. Informasi yang disajikan media online dapat diakses dan terupdate setiap saat dimanapun dan kapanpun.

2.1.2.3. New Media

Menurut Creeber dan Martin (2009), New media atau media online merupakan sebagai produk dari komunikasi yang telah termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. New media muncul menggeser dan memperbarui kedudukan media lama yang mengacu pada bentuk media tradisional atau konvensional (media cetak) menjadi sebuah media baru yang terbentuk dari interaksi manusia dengan menggunakan teknologi digital berbasis internet.

Kehadiran new media muncul ditengah kehidupan masyarakat yang menggunakan internet. Internet telah menjadi sebuah revolusi dari komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta membawa banyak kemudahan bagi penggunanya dalam mencari dan menerima informasi secara cepat dan luas. Internet memiliki kemampuan untuk membantu dalam memilih dan mengatur informasi yang dibutuhkan dengan lebih efisien. Internet juga dianggap jauh lebih fleksibel dibandingkan media sebelumnya dalam menjembatani waktu dan jarak.

New media turut andil dalam membawa banyak perubahan pada pola kehidupan dan mempengaruhi cara masyarakat berkomunikasi. New media menjadi media yang saat ini paling digemari oleh masyarakat karena memiliki

kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah dan lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru. Kemudahan yang ditawarkan oleh media baru dapat dilihat sebagai kelebihan atau sisi positif dari media baru. Namun tidak menutup kemungkinan pula new media memberikan beberapa dampak negatif yang harus diwaspadai.

2.1.2.4. Media Sosial

Dalam kehidupan sehari-hari tentunya manusia melakukan interaksi sosial. Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015), Media sosial merupakan platform media yang berfokus pada keberadaan penggunanya untuk memwadhahi mereka saling berkolaborasi. Dengan demikian, media sosial dapat dilihat sebagai alat pendukung secara online yang memperkuat hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Kehadiran media sosial telah memberikan manfaat yang sangat besar. Media sosial membantu manusia dalam menghapus jarak antar manusia dalam melakukan interaksi, sehingga sangat efektif untuk mempersingkat waktu. Dalam bermedia sosial banyak sekali manfaat yang bisa didapatkan dari berbagai aspek. Namun, apabila penggunanya tidak menggunakan dengan secara bijak maka penggunanya bisa dimanfaatkan oleh media sosial seperti kecanduan dan sulit bergaul.

Media sosial memiliki sifat yang fleksibel dan bebas, namun perlu diketahui bahwa dalam bermedia sosial kita perlu berhati-hati karena terdapat nilai, sanksi

maupun hukuman. Oleh karena itu harus lebih memahami aturan-aturan yang berlaku mengenai media sosial.

Media sosial mempunyai banyak bentuk, diantaranya yang paling populer yaitu twitter (*microblogging*), *facebook* dan blog. Media sosial tersebut tidak hanya menjadi media untuk mengunggah konten, tetapi juga tempat untuk memaknai sebuah realitas virtual yang seiring waktu telah menjadi bentuk budaya internet.

2.1.2.5. Twitter

Pada awalnya twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada 21 Maret 2006 dan digunakan sebagai sebuah layanan internal yang hanya digunakan oleh karyawan odeo (sebuah perusahaan podcast). Pada Juli 2006 twitter baru diperkenalkan kepada khalayak sebagai sebuah media untuk para penggunanya, berfungsi sebagai media interaksi dengan pengguna lainnya. Twitter diakses melalui komputer atau smartphone yang terhubung dengan internet dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Twitter merupakan sebuah blog yang memberikan akses kepada penggunanya untuk saling mengirim, menerima, membaca dan membalas pesan singkat hingga 280 karakter (dikenal dengan tweet). Tweet atau cuitan yang dibagikan bisa berisi pesan teks, foto, video, maupun gif. Pengguna twitter bisa saling menyukai, mengomentari dan meretweet (memposting ulang) tweet yang muncul diberanda mereka (timeline).

Twitter biasa digunakan para penggunanya untuk mengirim tweet tentang apa yang mereka sedang pikirkan, apa yang sedang dilakukan, pengalaman-pengalaman yang mereka punya serta informasi terkini yang sedang ramai

dibicarakan. Para pengguna twitter juga dapat mengkonsumsi sekaligus mereproduksi ulang informasi yang telah mereka konsumsi. Melalui interaksi yang bersifat terbuka ini membuat twitter lebih disukai para penggunanya untuk saling mengutarakan pendapat yang mereka punya.

Twitter adalah media sosial yang mudah digunakan, melalui twitter sebuah informasi dapat menyebar secara luas dalam waktu yang singkat. Hal ini menyebabkan twitter dapat dimanfaatkan untuk berbagai aspek keperluan mulai dari politik, promosi, hiburan, pendidikan hingga media untuk memecahkan sebuah masalah.

Perbedaan Twitter dengan media sosial lainnya terletak pada hubungan emosional antar penggunanya. Akibatnya, Twitter sering digunakan sebagai forum bagi para pengguna untuk saling membantu, memfasilitasi kepentingan pribadinya ataupun masyarakat umum. Seperti, beberapa cuitan yang seringkali muncul di timeline yakni tweet berupaya pencarian anak hilang, mengajukan pertanyaan untuk meminta pertolongan hingga mencari solusi dari fenomena yang muncul dari kasus tersebut.

2.1.2.6. Berita Viral

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata viral memiliki arti berkenaan dengan virus dan bersifat menyebar luas dengan cepat seperti virus. Namun, saat ini viral merujuk sebuah peristiwa luar biasa yang sedang menjadi perbincangan dan menarik perhatian publik. Viral merupakan situasi untuk

mengungkapkan penyebaran informasi yang tersebar secara cepat, meluas dan diketahui antar pengguna media sosial.

Viral dalam *Cambridge Dictionary Online* memiliki 2 makna, yakni “*relating to or caused by a virus*” artinya, berhubungan atau disebabkan oleh virus,” dan “*spreading or becoming popular very quickly through communication from one person to another, especially on the internet*” artinya, menyebar atau menjadi populer dengan sangat cepat melalui komunikasi dari satu orang ke orang lain, terutama di internet.

Keviralan biasanya berbentuk sebuah status, foto, video atau informasi. Dapat disimpulkan bahwa berita viral adalah laporan informasi atau keterangan mengenai sebuah kejadian yang cepat menyebar secara luas dikhalayak. Selain itu, berita viral biasanya menjadi topik pembahasan di masyarakat yang dibahas secara terus menerus.

2.1.3. Kerangka Teoritis

2.1.3.1. Fenomenologi

Menurut Engkus (2009) dalam buku *Fenomenologi Konsep, Pedoman dan Contoh Penelitian* “Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti “menampak”. Phainomenon merujuk pada “yang menampak”. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia (Engkus, 2009, h 1).

Fenomenologi umumnya dikenal sebagai pendekatan yang digunakan untuk membantu memahami berbagai fenomena sosial dalam masyarakat. Fenomenologi yang bertujuan untuk memperoleh penjelasan mengenai realitas yang nyata. Fenomenologi juga merupakan pendekatan yang bertujuan menyelidiki pengalaman yang dialami secara sadar dalam pikiran dan tindakan seseorang. Engkus (2009) mengemukakan fenomena mencerminkan pengalaman manusia secara langsung sepanjang pengalaman tersebut berkaitan dengan objeknya. Oleh karena itu, fenomena terlihat karena adanya kesadaran dan dihadirkan dengan kesadaran pula.

Engkus mengemukakan bahwa “fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert pada abad ke-18, awal digunakannya sebagai nama teori tentang penampakan. Pada tahun 1889, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”” (Engkus, 2009, h 3).

Menurut Edmund Husserl dalam Hasbiansyah (2005), fenomenologi berguna untuk memahami atau mempelajari pengalaman hidup manusia, diharapkan juga setelah sekian lama ilmu pengetahuan mengalami krisis, fenomenologi akan menghasilkan pengetahuan yang bermanfaat dan berguna dalam kehidupan sehari-hari. Fenomenologi mengasumsikan bahwa masyarakat secara aktif menafsirkan pengalaman dan berusaha memahami dunia melalui pengalaman pribadi mereka (Littlejohn, 2009).

Asumsi utama fenomenologi bahwa orang secara aktif menjelaskan pengalaman mereka dengan memahami atas apa yang mereka alami. Oleh sebab itu, interpretasi adalah proses aktif yang memberi makna pada tindakan menuju makna. Fenomenologi juga berhubungan dengan manifestasi suatu peristiwa atau kondisi yang terjadi dalam persepsi yang dimiliki seseorang.

Menurut Husserl, tugas utama fenomenologi adalah membangun hubungan manusia dengan realitas. Bagi Husserl, realitas bukanlah sesuatu yang berbeda dalam dirinya sendiri, lepas dari manusia yang mengamati. Husserl mengatakan bahwa hubungan antara persepsi dengan objeknya tidak pasif. Sebaliknya, kesadaran manusia secara aktif membentuk objek pengalaman (Sobur, 2014).

Fenomenologi lebih mementingkan penekanan pada persepsi dan interpretasi pengalaman individu manusia. Menurut Herdiansyah (2011), Fokus dari pendekatan ini adalah pengalaman yang dialami oleh individu, makna dari pengalamannya terhadap suatu fenomena yang sangat berpengaruh dan sangat berarti bagi individu yang bersangkutan. Umumnya, terjadi perubahan sikap, sudut pandang ataupun perilaku pada orang yang mengalami perubahan tersebut karena pengalaman tersebut sangat sangat luar biasa atau fenomenal.

Menurut Morissan (2015), proses interpretasi sangat utama dan penting dalam fenomenologi. Interpretasi merupakan sebuah proses memberi makna dalam sebuah pengalaman. Dengan demikian proses interpretasi akan terus bertumbuh dan berganti selama manusia hidup di antara pengalaman dengan arti yang diberikan pada setiap kali manusia menemukan pengalaman baru.

2.1.3.2. Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Alfred Schutz adalah seorang ahli fenomenologi terkemuka sekaligus menyusun konsep fenomenologi menjadi pendekatan yang lebih sistematis, praktis dan komprehensif yang berguna untuk memahami berbagai fenomena dalam dunia sehari-hari. Pandangan fenomenologi Schutz terutama banyak didasarkan pada pemikiran Husserl. Dalam pandangan Schutz, fenomenologi memiliki tugas utama untuk mengkonstruksi dunia nyata kehidupan manusia yang “sebenarnya” dalam bentuk pengalaman yang dialami sendiri. Realitas ini bersifat intersubjektif, dengan kata lain orang dapat saling berbagi persepsi dasar tentang dunia yang telah mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka untuk melakukan sebuah komunikasi (Kuswarno, 2009).

Schutz mampu membuat ide-ide Husserl yang masih dianggap abstrak menjadi lebih dapat dipahami. Oleh karena itu, Schutz dikenal sebagai ahli fenomenologi yang paling menonjol. Engkus dalam bukunya mengemukakan bahwa “Bagi Schutz, fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran” (Kuswarno, 2009, h 17).

Menurut Schutz, landasan metodologis ilmu-ilmu sosial yang dikenal sebagai studi tentang fenomenologis pada hakikatnya tidak lain adalah kritikan Schutz terhadap pemikiran Weber, selain Husserl tentang sosiologi (Kuswarno, 2019).

Menurut Deddy Mulyana (2001), yang dikutip Kuswarno dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya mengemukakan pemahaman fenomenologi bagi Alfred Schutz, yakni:

Bagi Schutz, dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologi adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. (Kuswarno, 2009, h.110)

Schutz setuju dengan argumen Weber bahwa fenomena sosial dalam bentuk idealnya harus dipahami dengan baik. Schutz tidak hanya menerima sudut pandang Weber, tetapi menekankan bahwa ilmu sosial pada dasarnya berkaitan dengan tindakan sosial (*social action*) yang akibatnya terjadinya pembentukan makna subjektif. Namun, makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah kesamaan dan kebersamaan (*common and shared*) diantara para aktor. Oleh karenanya, sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif” (Kuswarno, 2009).

Fenomenologi mempelajari dan mengkaji mengenai intersubjektif yang berguna untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana seseorang dapat mengetahui motif, keinginan dan makna tindakan orang lain?
- 2) Bagaimana seseorang dapat mengetahui makna atas kehadiran orang lain?
- 3) Bagaimana seseorang dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam, dan bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi?

Bagi Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga arti kesadaran akan kehidupan dunia sehari-hari adalah kesadaran sosial. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain dan bertindak dalam realitas yang sama. Dengan demikian, ada penerimaan timbal balik, pemahaman berdasarkan pengalaman bersama dan pembentukan dunia bersama. Melalui pembentukan ini manusia belajar untuk beradaptasi dengan dunia yang lebih luas, juga melihat diri mereka sebagai pemain peran dalam situasi yang khas.

Makna dan pembentukan makna merupakan kontribusi paling penting dari Schutz terhadap gagasan fenomenologi tentang makna dan bagaimana makna membentuk struktur sosial. Makna dasar menurut pemahaman manusia adalah *common sense* (akal sehat) yang terbentuk dalam bahasa percakapan sehari-hari. Secara definitif, akal sehat merupakan pengetahuan yang ada dalam kesadaran seseorang. Pengetahuan ini sebagian besar tidak berasal dari penemuan individual atau sendiri, namun diturunkan secara sosial dari orang-orang sebelumnya.

Kesimpulan dari pemikiran Schutz adalah bagaimana tindakan sosial dapat dipahami melalui interpretasi. Tindakan sosial adalah tindakan terhadap perilaku seseorang di masa lalu, sekarang dan masa depan. Proses interpretasi dapat digunakan untuk memperjelas atau menguji makna yang sebenarnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang mutlak (Kuswarno, 2009).

Seperti yang dikutip oleh Engkus, Schutz dalam bukunya yang berjudul *The Fenomenology Of The Social World* (1967) membagi dua fase untuk menggambarkan tindakan sosial seseorang, yaitu:

- 1) Tindakan *in-order-to-motive* (*Um-zu-Motiv*) atau motif untuk, yang merujuk mengacu pada suatu tindakan yang akan terjadi di masa depan. Artinya, terdapat tujuan dan rencana yang telah direncanakan sebelumnya untuk tindakan ini.
- 2) Tindakan *because motives* (*Weil-Motiv*) atau motif karena, artinya tindakan ini mengacu pada tindakan atau pengalaman yang telah terjadi dimasa lalu. Dengan kata lain, Tindakan yang dilakukan seseorang memiliki alasan di masa lalu untuk melakukannya. (Kuswarno, 2009).

2.2.Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi fenomenologi untuk menyelidiki dan mendapatkan penjelasan mengenai fenomena realitas nyata yang telah terjadi. Manusia tidak terlepas dari segala aktivitasnya dalam kehidupan

sehari-hari, dan setiap aktivitasnya yang dilakukan selalu memiliki makna yang berbeda.

Alfred Schutz menjelaskan bahwa fenomenologi menawarkan cara pandang baru terhadap fokus kajian penelitian dan panggilan terhadap makna yang terbangun dari realitas kehidupan sehari-hari. Menurut Alfred Schutz, proses pemaknaan dimulai dengan proses persepsi atau penginderaan, suatu proses pengalaman yang terus berkesinambungan. Rangkaian pengalaman inderawi ini pada awalnya tidak berarti. Makna muncul ketika dikaitkan dengan pengalaman yang pernah terjadi sebelumnya serta melalui proses interaksi dengan orang lain. Oleh karena itu, terdapat makna individu, serta makna kolektif dari suatu fenomena. Kesadaran kita memproses data sensorik. Menurut Schutz, tindakan manusia selalu memiliki makna. Menurut Weber, makna identik dengan motif untuk tindakan. Namun, makna tidak ada arti yang bersifat aktual dalam kehidupan. Dengan kata lain, perilaku sosial seseorang didasarkan pada pengalaman, makna dan kesadaran. Kesimpulannya, Fenomenologi mempunyai peran dan tujuan untuk membangun makna yang sebenarnya sesuai dengan latar belakang fenomena atau kejadian pengalaman yang telah dialami.

Kerangka pemikiran ini membantu mengidentifikasi tahapan penelitian yang dilakukan dengan berdasarkan pada teori, konsep serta pemahaman ahli. Dengan menggunakan teori fenomenologi ini, menjadikan alat untuk peneliti yang berfungsi untuk mencari makna dari bagaimana sebuah fenomena yang telah terjadi yakni tentang Berita Viral Kasus Mahasiswa *Internship* Campuspedia di Media Sosial Twitter. Berdasarkan pada kerangka konseptual serta kerangka teoritis yang

telah dipaparkan oleh peneliti, berikut adalah bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

Gambar 2. 1
Bagan Kerangka Pemikiran

