

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian kepustakaan ini memfokuskan pada penelitian – penelitian terdahulu yang memiliki kesinambungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian penelitian yang telah ada, sehingga aspek substansi dari penelitian terdahulu yang belum pernah diteliti maupun yang telah diteliti namun memiliki perbedaan dapat dilakukan dalam penelitian yang akan datang. Kajian kepustakaan ini juga menunjukkan originalitas penelitian tentang Makna Pesan Moralitas Yang Disampaikan Oleh Pesantren di Era Transformasi Digital.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

- 1) Riwanto, Hidayatus, Nurul, Mufid, 2021, Etika Komunikasi dalam Media Sosial Sesuai Tuntutan Al-Qur'an, JCS: Journal of Communication Studies.**

Penelitian ini membahas tentang fenomena perkembangan alat komunikasi pada zaman dahulu yang berkembang pesat hingga saat ini. Banyak yang menganggap berita tersebut tidak benar dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab, baik dari kalangan tertentu maupun dari kepentingan pribadi. Komunikasi dari media sosial sangat berbahaya jika tidak dibarengi dengan etika yang baik dalam berkomunikasi khususnya di media sosial. AS-Syaukani,

misalnya, mengartikan kata kunci al-bayan sebagai kemampuan berkomunikasi. Selain itu, di dalam Al-Qur'an ada kata kunci lain, yaitu qoul. Perintah berbicara dalam Al-Qur'an dan hadits merupakan indikasi kewajiban bagi umat Islam untuk menerapkan sifat jujur dan ucapan yang benar yang dalam konsep Al-Qur'an dikenal sebagai qaulan sadidan.

2) Eka Susilowaty, Rahmat Wisudawanto, 2020, Pilihan Kode Santri Dalam Komunikasi di Media Sosial, Jurnal Kelasa, DOI: 10.26499/kelasa.v15i.89.

Era modernisasi selalu disibukkan oleh para remaja khususnya Facebook. Media sosial ini dapat digunakan sebagai media untuk menunjukkan eksistensi bagi siswa. Bahasa yang digunakan untuk interaksi interaksi bervariasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pilihan kode dan fungsi bahasa yang digunakan santri Pondok Pesantren Modern Assalaam Indonesia dalam interaksi komunikasi di media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah percakapan siswa di facebook yang berisi pilihan kode. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, perekaman, dan wawancara. Analisis penelitian ini menggunakan komponen tutur Hymes (SPEAKING). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pilihan kode bahasa yang digunakan siswa untuk berkomunikasi di media sosial adalah bahasa Indonesia, Arab, Inggris, Jawa. Fungsi

bahasa di media sosial adalah untuk menyampaikan makna, melatih bahasa asing bagi siswa, menunjukkan identitas diri, dan menunjukkan rasa keakraban. Perkembangan teknologi dapat mengefektifkan komunikasi bagi siswa, selain itu dapat mempengaruhi perubahan perilaku dan bahasa yang digunakan.

3) Junita, Ansusa, Indah, 2021, Etika Komunikasi Digital: Cara Pandang Filsafat Islam Terhadap Realitas Masyarakat Muslim Kontemporer, STJSPS: Sulthan Thaha Journal of Social and Political Studies, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Kajian ini menegaskan adanya penyimpangan komunikasi di era digital pada masyarakat muslim. Ketiadaan etika digital sebagai pedoman dalam berkomunikasi membuat masyarakat Muslim kontemporer jauh dari praktik dan perspektif Islam yang benar. Penyebaran informasi melalui media dan teknologi digital dengan cepat menyebar tanpa arah dan batas. Facebook adalah salah satu opsi paling populer untuk menyebarkan informasi dan disinformasi. Artikel ini mengamati perilaku komunikasi digital komunitas Muslim di Desa Pasir Mayang serta perubahan etika komunikasi komunitas Muslim di Desa Pasir Mayang dalam komunikasi mereka di Facebook. Perilaku ini akan dilihat dari perspektif filsafat etika Islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada masyarakat Desa Pasir Mayang

berusia 20 sampai 35 tahun yang menggunakan Facebook sebanyak 123 orang. Artikel ini menyimpulkan bahwa: 1) telah terjadi perubahan etika komunikasi publik sebelum dan sebelum hadirnya media sosial facebook. 2) Penyimpangan dari etika komunikasi muslim, terutama berupa penyimpangan norma verbal, menebar aib, dan komunikasi yang kasar. Meski masih ada sebagian masyarakat yang masih memegang teguh norma dan etika dalam berkomunikasi melalui Facebook, ternyata tren ini terus menurun di kalangan generasi muda masyarakat muslim.

MATRIKS

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dari Matriks Riswanto, Hidayatus, Nurul, Mufid, 2021

NO	ITEM	PENELITI
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Riwanto, Hidayatus, Nurul, Mufid, 2021, Etika Komunikasi dalam Media Sosial Sesuai Tuntutan Al-Qur'an, Tuban
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memahami apa yang dimaksud dengan etika dan komunikasi dan juga ntuk mengetahui ayat-ayat al-qur'an yang membahas tentang etika berkomunikasi
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif Partisipatif
4.	Teori	-
5.	Hasil Penelitian	<p>1. Etika dalam Islam tidak jauh berbeda dengan akhlaq yang tidak bisa lepas dari dalam diri manusia. Ilmu akhlak itu sendiri adalah salah satu cabang ilmu yang pengetahuan dalam agama Islam yang disitu ilmu akhlak disinonimkan dengan etika. Oleh dari itu etika berperan sangat penting bagi setiap diri manusia. Dalam etika dan akhlak sama-sama mengkaji tentang baik buruknya tingkah laku seseorang terhadap orang lainnya.</p> <p>2. Al-Qur'an menyebutkan bahwa komunikasi adalah salah satu fitrah manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan dirinya dan membentuk jaringan interaksi untuk berkomunikasi sosial guna mengembangkan kepribadiannya.</p> <p>3. Adapun enam prinsip etika berkomunikasi adalah sebagai berikut: aulan sadidan, qoulan balighan, qoulan mansyuran, qoulan layyinan, qoulan kariman dan qoulan makrufan.</p>

6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama membahas tentang betapa pentingnya etika komunikasi dalam menggunakan media sosial di era transformasi digital ini. Perbedaan dalam penelitian ini yakni, penelitian ini lebih fokus apa yang ditanamkan oleh Pondok Pesantren dalam penyampaian pesan menggunakan media sosial bagi kalangan santri di era transformasi digital ini.
7.	Kritik	Kritik yang saya berikan terhadap penelitian ini yakni, terlalu membahas seperti apa cara beretika komunikasi sesuai dengan tuntunan Al-Quran, bukan dijelaskan secara general melalui edukasi Pendidikan di dalam kelas, seperti apa yang dilakukan di pesantren, karena dengan hanya mengutip ayat Al-Quran akan rentan timbul multitafsir yang dikhawatirkan bisa menyesatkan umat.

Matriks

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu dari Eka Susilowaty, Rahmat Wisudawanto, 2020

NO	ITEM	PENELITI
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Eka Susilowaty, Rahmat Wisudawanto, 2020, Pilihan Kode Santri Dalam Komunikasi di Media Sosial, Jurnal Kelasa
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pilihan kode dan fungsi bahasa yang digunakan oleh santri di lingkungan Pesantren Modern Islam Assalaam di Indonesia dalam interaksi komunikasi di media sosial.
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif Sociolinguistik
4.	Teori	Teori Sociolinguistik
5.	Hasil Penelitian	Menunjukkan bahwa pilihan kode bahasa yang digunakan oleh santri untuk berkomunikasi dalam media sosial adalah bahasa Indonesia, bahasa Arab, bahasa Inggris, bahasa Jawa. Fungsi bahasa dalam media sosial yaitu untuk menyampaikan maksud, melatih bahasa asing bagi santri, menunjukkan identitas diri, dan menunjukkan rasa keakraban. Perkembangan teknologi dapat mengefektifkan komunikasi bagi santri, selain itu dapat mempengaruhi perubahan perilaku dan bahasa yang digunakan.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan dalam penelitian ini yakni sama sama membahas penggunaan media sosial di kalangan santri di pesantren. Perbedaan dalam penelitian ini yakni penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lebih terfokus pada pesan etika dari pesantren tentang penggunaan media sosial bagi para santri.
7.	Kritik	Kritik yang bisa peneliti sampaikan yakni penggunaan Bahasa dalam bermedia sosial terlalu mudah untuk diteliti karena ada banyak hal yang bisa diteliti di lingkungan

		<p>pesantren terlebih di era transformasi digital seperti saat sekarang ini. Bukan hanya penggunaan Bahasa yang bisa diteleti di lingkungan pesantren, ada banyak hal karena akan ada banyak fenomena yang terjadi di lingkungan pesantren, jika hanya melakukan penelitian terkait penggunaan Bahasa saja, saat ini sudah banyak tempat balai khusus kursus pembelajaran berbahasa asing.</p>
--	--	--

MATRIKS

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu dari Junita, Ansusa, Indah, 2020

NO	ITEM	PENELITI
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Mita Silfiyasari, Ashif Az Zhafi, 2020, Peran Pesantren dalam Pendidikan Karakter di Era Globalisasi, Jurnal Pendidikan Islam Indonesia, Kudus.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memperluas kecerdasan spiritual, membentuk seorang mukmin yang berkualitas baik jasmani maupun rohani, membentuk mukmin berkualitas imannya dengan menggabungkan usaha lahir dan batin serta berusaha keras dalam menolong atau memohon pertolongan kepada Allah, membentuk mukmin berkualitas, yaitu ketika tertimpa suatu musibah dapat berusaha antara mengobati dan berserah diri kepada takdir Tuhan tanpa penyesalan.
3.	Pendekatan Penelitian	Metode penelitian literatur atau studi literasi
4.	Teori	-
5.	Hasil Penelitian	Pesantren memiliki peranan yang sangat penting dalam pembentukan Karakter di Era Globalisasi. Dalam kaitan ini, karena sesungguhnya sebuah ilmu tidaklah akan berhasil tanpa adanya akhlak. Akan tetapi, akhlak sendiri tidak akan bisa muncul jikalau kita tidak menuntut ilmu. Maka sangatlah perlu mencari ilmu atau menuntut ilmu yang mengajarkan atau memprioritaskan akhlaknya, yakni pesantren.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian peneliti yakni sama sama memperdalam peranan pesantren dalam membangun pendidikan berakhlak sehingga pesantren tetap bisa menjaga sisi moralitas anak bangsa terjaga tidak terjadi penurunan tingkah laku moralitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti pemaknaan pesan yang disampaikan pihak pesantren terhadap seluruh warga pesantren, dan hanya berfokus pada pendidikan para santrinya.

7.	Kritik	Kritik yang peneliti bisa sampaikan yakni penelitian ini terlalu berfokus pada pendidikan karakter terhadap santri, tanpa disadari bahwa hari ini yang menghadapi tantangan transformasi digital bukan hanya para santrinya saja, namun seluruh elemen yang ada di lingkungan pesantren dan bahkan masyarakat luas.
----	--------	---

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Tinjauan Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental bagi setiap manusia, kebutuhan wajib manusia dalam kehidupan sehari-hari dan kebutuhan untuk berhubungan dengan sesamanya yang diakui oleh hampir semua agama telah ada sejak diciptakannya Adam dan Hawa. (Cangara, 2018)

Komunikasi menjadi peranan terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupannya sehari-hari. Sejak bangun tidur hingga tertidur kembali di malam hari sebagian besar diisi dengan kegiatan komunikasi, baik itu individu dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, pada intinya kegiatan komunikasi ini seperti teah menjadi salah satu bagian jantung kehidupan manusia.

Komunikasi ini berlangsung pada saat orang-orang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya. Dengan kata lain, jika orang-orang terlibat di dalamnya dan saling memahami apa yang dikomunikasikannya itu, maka hubungan antara mereka memiliki sifat komunikatif.

Pengertian komunikasi bisa dibagi menjadi dua bagian yakni pengertian komunikasi secara etimologis dan juga komunikasi secara terminologis. Jika dilihat dari secara etimologis, komunikasi berasal dari kata Latin yakni *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti

sama, kata sama yang dimaksudkan disini berarti memiliki dalam kesamaan makna.

Sedangkan pengertian komunikasi secara terminologis yakni berarti suatu proses penyampaian suatu pernyataan atau pesan terhadap orang lain, yang mana ini memberikan pemahaman bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dan juga sering disebut *Human Communication* (Komunikasi antar manusia).

Komunikasi menjadi dasar pada manusia untuk terus bersosial dalam kehidupan sehari-hari, dengan komunikasi antar manusia akan bisa saling mengenal dan memahami satu sama lain. Dengan kata lain komunikasi ini menjadi bekal fundamental setiap manusia dalam kehidupannya, sehingga sangat penting untuk dipelajari secara mendalam, bukan hanya bagi orang ilmu komunikasi namun juga bagi masyarakat luas komunikasi ini sangat perlu untuk dipelajari secara mendalam dan menyeluruh.

b. Ruang Lingkup Komunikasi

Ruang lingkup komunikasi disini yakni ruang lingkup komunikasi antarmanusia atau biasa disebut dengan *human communication*. Sesuatu yang berbentuk komunikasi yang dilakukan oleh setiap manusia yang satu dengan yang lainnya, maka dapat menjadi kajian ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan.

Komunikasi antarmanusia bagaimana seseorang dapat menyampaikan sesuatu lewat suatu simbol atau kode terhadap orang lain yang menerimanya, seperti yang dilakukan para politikus dalam setiap kampanyenya,

agar mereka dapat terpuh oleh masyarakat dan bisa menjaga pejabat publik baik di lingkungan legislatif maupun di lingkungan eksekutif.

Seperti contoh yang telah dijelaskan di atas dalam komunikasi antarmanusia ini sudah sangat jelas jika tokoh dan pemeran utamanya adalah manusia, baik secara langsung tatap muka dan bersosialisasi ataupun secara melalui perantara media baik media online atau media cetak.

Karena itu maka komunikasi ini sering juga disebut komunikasi insani (*human communication*) dengan juga nama yang lebih populer yakni komunikasi antarmanusia.

c. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur adalah suatu komponen atau bagian yang digunakan untuk membangun suatu *body* atau badan. Dalam ilmu pengetahuan unsur atau elemen ini merupakan konsep yang selalu dipakai untuk membangun suatu ilmu pengetahuan atau biasa disebut juga dengan *body of knowledge*.

Jika diambil dari pengertian komunikasi, maka kita bisa mengatakan bahwasannya suatu proses komunikasi ini tidak akan pernah bisa lepas dari unsur komunikasi, dan juga tidak dapat berlangsung tanpa adanya dukungan dari unsur-unsur komunikasi itu sendiri, antara lain; pengirim, pesan, saluran/media, penerima, pengaruh. Unsur-unsur ini sering juga disebut sebagai elemen atau komponen komunikasi.

A. Sumber

Sumber merupakan suatu pembuat atau pengirim informasi, di dalam komunikasi antarmanusia sumber bisa terdiri dari satu orang atau juga sumber

bisa terdiri dari suatu kelompok atau komunitas, sumber juga sangat dikenal dengan kata lain yakni komunikator.

B. Pesan

Pesan ini yang dimaksud adalah sesuatu yang disampaikan saat proses komunikasi oleh pengirim kepada penerima, pesan juga bisa disampaikan secara terbuka dengan secara langsung tatap muka atau dengan menggunakan media komunikasi.

C. Media

Media ini bermaksud pada alat yang digunakan untuk mengirim atau memindahkan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Dalam komunikasi massa, media merupakan suatu alat yang dapat menghubungkan antara pemberi pesan dengan penerima pesan yang mana memiliki sifat secara terbuka, setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya.

D. Penerima

Penerima yakni pihak yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh sang pemberi pesan atau sumber pesan, penerima ini bisa saja satu orang atau merupakan suatu kelompok. Penerima ini bisa disebut dengan istilah komunian dari disiplin ilmu komunikasi, dalam proses komunikasi itu sendiri, telah mutlak dan dapat dipahami bahwa keberadaan penerima adalah bentuk akibat dari adanya sumber, maka dengan demikian tidak akan ada penerima pesan jika tidak ada sumber pesan atau komunikator.

E. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah suatu perbedaan yang dirasakan oleh penerima saat setelah dan sesudah menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator, pengaruh ini dapat terjadi pada pengetahuan seseorang, sikap dan tingkah laku seseorang.

d. Fungsi Komunikasi

Betapa pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia sehari-hari, komunikasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang sudah tidak bisa dihindari lagi, Harold D. Laswell mengemukakan bahwa fungsi dari komunikasi antara lain, mengontrol lingkungannya, adaptasi terhadap lingkungan, melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi sebelumnya (Sugiyono, 2019).

Di dalamnya bukunya (Cangara, 2018) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi dapat ditelusuri dari tipe komunikasi, komunikasi dibagi menjadi empat bagian, komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antar pribadi, komunikasi publik, komunikasi massa.

- Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreatifitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan
- Komunikasi antar pribadi berfungsi sebagai salah satu upaya meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi

konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dari orang lain.

- Komunikasi publik berfungsi dalam proses menumbuhkan semangat solidaritas, mempengaruhi orang lain, memberikan suatu informasi, mendidik serta menghibur.
- Komunikasi massa ini dapat berfungsi untuk menyebarkan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam kehidupan orang lain.

2.2.1.2 Public Relations

Public Relations merupakan seni dalam menciptakan pengertian publik yang lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan dari publik terhadap suatu individu maupun organisasi (Mukarom & Laksana, 2015).

Public Relations (PR) memiliki peranan penting di dalam suatu organisasi, terutama jika suatu organisasi tersebut sering melakukan interaksi dengan masyarakat luas. Hal tersebut dikarenakan *Public Relations* merupakan salah satu *front liner* penting dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat. Seorang *Public Relations* merupakan penentu kesan positif perusahaan di lingkungan masyarakat, dan ketika berhubungan dengan masyarakat akan menentukan cara organisasi tersebut bersosialisasi di tengah-tengah lingkungan masyarakat.

Aktivitas *Public Relations* sehari-hari yakni melakukan komunikasi timbal balik, antara lembaga dengan pihak luar atau publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya

tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, demi kemajuan suatu lembaga atau organisasi dan menciptakan citra positif di lingkungan masyarakat luas.

Dalam kegiatannya, *Public Relations* memberikan masukan dan nasihat terhadap lembaga bagi kebijakan manajemen yang berhubungan dengan suatu opini dan isu yang sedang berkembang di lingkungan masyarakat.

Kaitan dengan penelitian ini yakni bagaimana strategi PR (*Public Relations*) bisa digunakan dalam upaya meningkatkan citra pesantren di kalangan masyarakat, serta dengan teknik marketing PR pesantren bisa lebih menjangkau para calon peserta didik atau santri untuk mau mendaftarkan diri ke pondok pesantren. Jika ini bisa dilakukan dengan sabaik mungkin maka pesantren akan mendapatkan dampak positif dari media sosial yang dimanfaatkan sebagai media promosi.

2.2.1.2 1 Jenis Kegiatan dan Unsur Public Relations

Kegiatan *Public Relations* ini merupakan suatu implementasi dari tugas humas dalam mencapai seluruh tujuan sebagai humas serta menjalankan fungsi dan perannya sebagai humas secara menyeluruh. Dalam fakta dilapangan humas pada prinsipnya merupakan kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam simbol dan bentuk komunikasi baik secara komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal.

a. Kegiatan Komunikasi Verbal

Komunikasi Verbal akan efektif jika jika dengan melibatkan perspektif ganda, ini melibatkan peran keberpusatan pada orang-orang

sehingga menyadari perspektif lain dan menggunakannya untuk berkomunikasi (Wood, 2010). Berikut merupakan kegiatan komunikasi verbal, yaitu :

- 1) menulis proposal;
- 2) menulis artikel;
- 3) menulis/membuat *progress report*;
- 4) menulis untuk presentasi;
- 5) membuat *press release*;
- 6) membuat rekomendasi.

Berikut merupakan kegiatan komunikasi verbal lisan , yaitu :

- 1) jumpa pers;
- 2) *guest guide/open house*;
- 3) *announcer*;
- 4) *presenter*;
- 5) *desk informations*.

b. Kegiatan Komunikasi Nonverbal

Kegiatan komunikasi nonverbal meliputi penyelenggaraan pameran, seminar, *special event*, riset/penelitian, pers kliping, dan sebagainya (Mukarom & Laksana, 2015) .

Aktivitas komunikasi nonverbal, ini dilaksanakan oleh *public relations* dalam upaya membangun citra positif organisasi/perusahaan atau lembaga di lingkungan masyarakat luas, dengan demikian masyarakat akan lebih yakin dan percaya terhadap organisasi/perusahaan atau lembaga.

2.2.1.3 Teori Fenomenologi

2.2.1.3.1 Pengertian Fenomenologi

Fenomenologi adalah ilmu tentang fenomeni yang dibedakan dari suatu yang menjadi disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena, atau studi mengenai fenomena, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita serta bagaimana penampakkannya. (Kuswarno, Metodologi Penelitian Fenomenologi, 2013)

Fenomenologi saat ini dikenal sebagai aliran filsafat juga sekaligus metode berfikir, yang mana mempelajari seluruh fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut. Fenomenologi ini sangat menarik perhatian bagi para peneliti psikologi, yang mana psikologi eksistensi fenomenologi terus berkembang menjadi sub disiplin tersendiri dalam psikologi.

Tujuan utama dari fenomenologi ini adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bisa diterima atau bernilai secara estetis (Kuswarno, Metodologi Penelitian Fenomenologi, 2013).

Menurut Husser, fenomenologi yakni ilmu yang sangat fundamental dalam berfilsafat, yang mana ini ilmu tentang hakikat yang bersifat *a priori*. Dengan demikian fenomenologi ini dapat diujikan pada sesuatu hal yang masih belum terjadi dan bisa juga digunakan dalam fenomena yang telah dan sedang terjadi.

Singkatnya, fenomenologi bagi Husserl yakni gabungan antara psikologi dan juga logika, sehingga membangun penjelasan dan analisis psikologi untuk menjelaskan dan menganalisis tipe-tipe aktivitas subjektif, pengalaman, dan tindakan dasar. Jadi, fenomenologi adalah bentuk lain dari logika, teori tentang makna atau logika semantik menjelaskan dan menganalisis isi objektif dari kesadaran, seperti ide, konsep, gambaran, dan proposisi.

2.2.1.3.2 Prinsip Dasar Fenomenologi

Stanley Deetz menyimpulkan bahwa ada tiga prinsip dasar fenomenologi yakni sebagai berikut (Nurhadi, Teori-Teori Komunikasi, 2015):

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

2.2.1.3.3 Fenomenologi Alfred Schutz

Kritikan oleh seorang ahli yang bernama Alfred Schutz tentang pemikiran-pemikiran Weber dan Husserl mengenai tentang sosiologi merupakan landasan fondasi metodologis di dalam ilmu sosial berdasarkan pemikiran Schutz yang sangat dikenal dengan suatu studi tentang Fenomenologis

Inti pemikiran Alfred Schutz yakni bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, proses penafsiran ini dapat digunakan dalam memperjelas serta memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat juga memberikan dan dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit (Kuswarno, Metodologi Penelitian Fenomenologi, 2013).

Dalam pandangannya manusia adalah makhluk sosial dengan kesadaran akan kehidupan dunia sehari-hari. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian adanya terdapat nilai timbal balik, pemahaman atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama.

Hubungan – hubungan sosial antarmanusia ini kemudian membentuk totalitas dari masyarakat. Sehingga dalam kehidupan sehari-hari totalitas masyarakat setiap individu menggunakan simbol-simbol yang telah diwariskan kepadanya, dalam memberikan makna pada tingkah lakunya sendiri. Pandangan deskriptif atau interpretatif ini mengenai tindakan sosial dan dapat diterima hanya jika tampak masuk akal bagi pelaku sosial yang relevan.

2.2.1.3.1.1 Motif

Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan dan atau dorongan dalam diri manusia yang mana dapat menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif, motif-motif manusia ini dapat bekerja secara sadar dan juga tidak sadar dalam pergerakan dan kehidupan manusia.

Menurut Schutz, motif dibagi menjadi dua yakni :

- a. Motif untuk, motif untuk ini merujuk pada sesuatu hal yang akan datang di masa depan, maka dengan demikian motif ini akan menimbulkan suatu pernyataan, dengan sebagai contoh “menjaga baju tetap kering”.

Disisi lain motif ini ditemukan sebagai dorongan dalam mempertahankan kehidupan yang lebih berorientasi pada apa yang akan ia capai dan kehendaki di masa yang akan datang.

- b. Motif karena, motif karena ini merujuk pada sesuatu hal yang terjadi di masa lampau atau masa lalu yang telah terjadi, dengan melihat pengalaman dan pengetahuan sebelumnya tentang bagaimana akibat dari pada baju yang basah jika hujan tanpa payung, maka akan tergambarkan dengan pernyataan “agar baju tidak basah”.

Pada motif ini, ditemukan karena pengalaman masa lalu yang sulit dilupakan, karena sudah menjadi tradisi yang melekan di diri seseorang tersebut.

2.2.1.3.4 Fenomenologi Edmund Husserl

Menurut Husserl, fenomenologi dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman yang telah terjadi dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung. Baginya fenomenologi bukan hanya dapat mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga dapat meliputi prediksi terhadap tindakan yang akan datang di masa depan. Oleh karena itu, tidak salah jika memakai fenomenologi yang mana ini juga dapat diartikan sebagai suatu studi tentang makna, yang mana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya (Kuswarno, Metodologi Penelitian Fenomenologi, 2013).

Husserl juga berpendapat bahwa ilmu positif memerlukan pendamping pendekatan filsafat fenomenologis. Pemahamannya diawali dengan

ajakan kembali pada sumber atau suatu realitas yang terjadi. Maka dengan demikian perlu langkah-langkah reduksi atau menempatkan fenomena dalam keranjang atau tanda kurung. Dalam reduksi ini menjadi penundaan upaya penyimpulan sesuatu dari setiap prasangka terhadap realitas. Adapun langkah-langkah yang dilakukan yakni reduksi fenomenologi serta reduksi transedental.

2.2.1.3.4.1 Makna

Makna yakni suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa yang kita ucapkan. Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu fenomena sosial. Makna sebagai suatu konsep komunikasi yang mencakup lebih dari pada sekedar penafsiran atau pemahaman seseorang atau hanya individu saja.

Pembentukan makna adalah berfikir, dan setiap individu memiliki kemampuan dalam berpikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya.

Setiap kata dan kalimat pada hakikatnya berdasarkan konsensional dan tidak membawa maknanya sendiri secara langsung bagi pembaca atau bagi pendengarnya. Lebih daripada itu orang yang berbicara membentuk pola-pola makna secara tidak sadar dalam kata-kata yang dikeluarkannya. Pola-pola makna ini secara luas memberikan gambaran tentang konteks suatu kehidupan.

2.2.1.3.4.2 Pengalaman

Pengalaman pada dasarnya melalui suatu proses dimana rangsangan dari luar seperti cahaya untuk mata, bunyi untuk telinga, dan bau untuk hidung melalui alat-alat pancaindera yang diteruskan ke pusat-pusat tertentu di dalam otak, lalu mulai menafsirkan sebuah pengamatan. Kita mulai mengamati sesuatu karena timbulnya perasaan minat perhatian yang mengadakan seleksi yang mana antara semua rangsangan yang terdapat di lingkungan kita untuk diamati atau ditafsirkan, kecuali kita mengerahkan minat dan perhatian kita untuk mengamati dan menafsirkan semuanya.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Etika

Secara Bahasa etika berasal dari kata Yunani, yakni *ethos*. Dalam bentuk tunggal *ethos*, berarti tempat tinggal biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, dan cara berfikir. Serta di dalam bentuk jamak, *ta etha* yang memiliki arti tentang suatu adat kebiasaan (Mufid, 2012).

Tindakan manusia didorong dan didasari oleh kebiasaan dan macam-macam norma kehidupan, etika sangat menolong dan membantu manusia dalam bersikap terhadap semua norma dan kebiasaan kehidupan baik dari luar maupun dari dalam lingkungan manusia itu sendiri, agar manusia bisa mencapai kesadaran moral yang otonom.

Etika itu sendiri menyelidiki dasar seluruh norma moral yang ada pada diri manusia, sehingga dengan etika manusia bisa bermasyarakat dengan baik dan bisa menghargai seluruh saudara sesama manusia. Di dalam etika

biasanya dibedakan menjadi dua, diantaranya “etika deskriptif” dan “etika normatif”.

Etika deskriptif ini melihat bagaimana manusia berperilaku dan dinilai secara kritis dan rasional sikap terhadap apa tujuan manusia yang sangat berilai di dalam kehidupan. Etika normatif ini etika yang harus diterapkan di dalam diri setiap manusia dalam berperilaku agar manusia bisa memiliki kebiasaan baik serta menghindarkan dari hal-hal buruk, sesuai dengan kaidah dan norma-norma yang berlaku di lingkungan yang ditinggalinya, sesuai dengan norma yang telah di sepakati oleh masyarakat.

2.2.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan suatu struktur sosial yang terbentuk dari suatu simpul individu atau organisasi yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti, nilai, visi, ide, teman (Ahmad, 2019). Sehingga dapat terhubung satu sama lain, jejaring sosial juga bisa disebut dengan web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya membuat profil, melihat daftar pengguna lain yang tersedia dan dapat mengundangnya serta bisa menerima teman untuk ikut bergabung dalam satu situ jejaring sosial yang sama.

Media sosial ini sangat familiar di kalangan milenial saat ini, bukan hanya itu media sosial saat ini seakan sudah menjadi kebutuhan primer bagi kehidupan manusia, karena dengan media sosial kita bisa mendapatkan segala informasi dengan sangat mudah dan sangat cepat. Di media sosial setiap penggunanya bisa berinteraksi dengan sangat mudah, karena saat ini media sosial mayoritas sudah dilengkapi dengan fitur *direct message*.

Direct message ini semakin mudah seseorang dalam berinteraksi langsung satu sama lain, bukan hanya itu media sosial juga telah dilengkapi dengan fitur komentar pada setiap postingan yang kita posting, seperti di *Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube*.

Tentu media sosial ini akan menjadi suatu *boomerang* terhadap penggunaannya jika tidak bijak dalam penggunaannya, terlebih saat ini banyak sekali informasi tidak benar yang bermunculan di media sosial, sangat banyak pula berita *hoax* atau berita bohong yang beredar di media sosial dan dapat mengganggu dalam kehidupan bermasyarakat.

Bukan hanya itu, saat ini media sosial dapat menjadi indikator dalam kehidupan manusia, baik atau buruknya norma kehidupan manusia bisa dilihat dan dinilai dari apa yang ia posting dan tulis di media sosialnya, ini menjadi suatu fenomena yang terjadi saat ini dan akan terus berlanjut seiring dengan perkembangan zaman dengan era transformasi digital.

2.2.2.3 Pesantren

Pesantren merupakan sistem pendidikan tertua di Indonesia, yang mana pendidikan pesantren ini semula merupakan pendidikan agama yang di mulai sejak munculnya masyarakat Islam di negeri ini, pesantren juga merupakan lembaga pendidikan tertua yang memiliki legitimasi dan melekat dalam perjalanan kehidupan di Indonesia.

Pesantren sendiri tidak hany berfokus pada pendidikan agama saja, namun juga sangat memperhatikan pendidikan formal lainnya, tak sedikit yang telah lulus dari pensantren menjadi seseorang yang luar biasa di masa

depannya, tak sedikit pula lulusan pesantren yang menjadi dokter atau bahkan menjadi Presiden seperti mendiang Alm. Gusdur.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pesantren diartikan sebagai asrama tempat santri atau tempat murid-murid belajar mengaji. Sedangkan secara istilah pesantren adalah lembaga pendidikan Islam dimana para santri biasa tinggal di pondok (asrama) dengan materi pengajaran kitab-kitab klasik dan kitab-kitab umum bertujuan untuk menguasai ilmu agama Islam secara detail serta mengamalkan sebagai pedoman hidup keseharian dengan menekankan penting moral dalam kehidupan masyarakat.

Tujuan di selenggarakannya pendidikan pesantren secara umum adalah membimbing peserta didik untuk menjadi manusia yang memiliki kepribadian Islami, yang dengan bekal ilmu agamanya mereka sanggup menjadi mubaligh untuk menyebarkan agama Islam dalam masyarakat sekitar melalui ilmu dan amalnya. Sedangkan tujuan khususnya adalah mempersiapkan peserta didik (para santri) untuk menjadi orang alim dalam ilmu agama yang di ajarkan oleh kiai yang bersangkutan, serta mengamalkan dan mendakwahkannya dalam masyarakat.

Ini akan menjadi suatu perhatian pada masa kini, karena pada saat ini sudah cukup banyak masyarakat luas yang mulai meragukan kualitas pendidikan di lingkungan pesantren, fenomena saat ini lebih banyak memilih untuk melanjutkan pendidikan di luar pesantren atau sekolah formal atau bahkan tidak ragu menyekolahkan dan memberi pendidikan formal di sekolah swasta yang berbeda keyakinan agama.

Ini harus menjadi fokus bagi beberapa pihak karena, khawatirnya terjadi pencampur adukan akidah Islam yang seharusnya bisa tegak karena didapat dari lingkungan pesantren, dengan akidah non Islam karena menimba ilmu di sekolah yang berbasis non Islam dengan kata lain dan berlindung di balik kata toleransi.

2.2.2.4 Transformasi Digital

Media elektronik bukan barang mati yang pasif tetapi perangkat aktif dalam produksi makna dan perang ideologi. Media elektronik juga memeruncing persoalan kebudayaan, termasuk agama. Transformasi digital merupakan perubahan yang disebabkan oleh teknologi di banyak tingkatan dalam organisasi yang mencakup eksploitasi teknologi digital untuk meningkatkan proses yang ada, dan eksplorasi inovasi digital.

Transformasi digital ditandai dengan adanya perkembangan jaringan yang luas, pergeseran cara komunikasi serta perubahan gaya hidup di lingkungan masyarakat (Febrianty, 2020).

Transformasi digital secara bersamaan mempengaruhi banyak area dalam suatu organisasi dan ada banyak pemangku kepentingan yang terlibat dalam menentukan strategi transformasi, misalnya, pendidikan, pembelajaran, dakwah, atau sumber daya manusia.

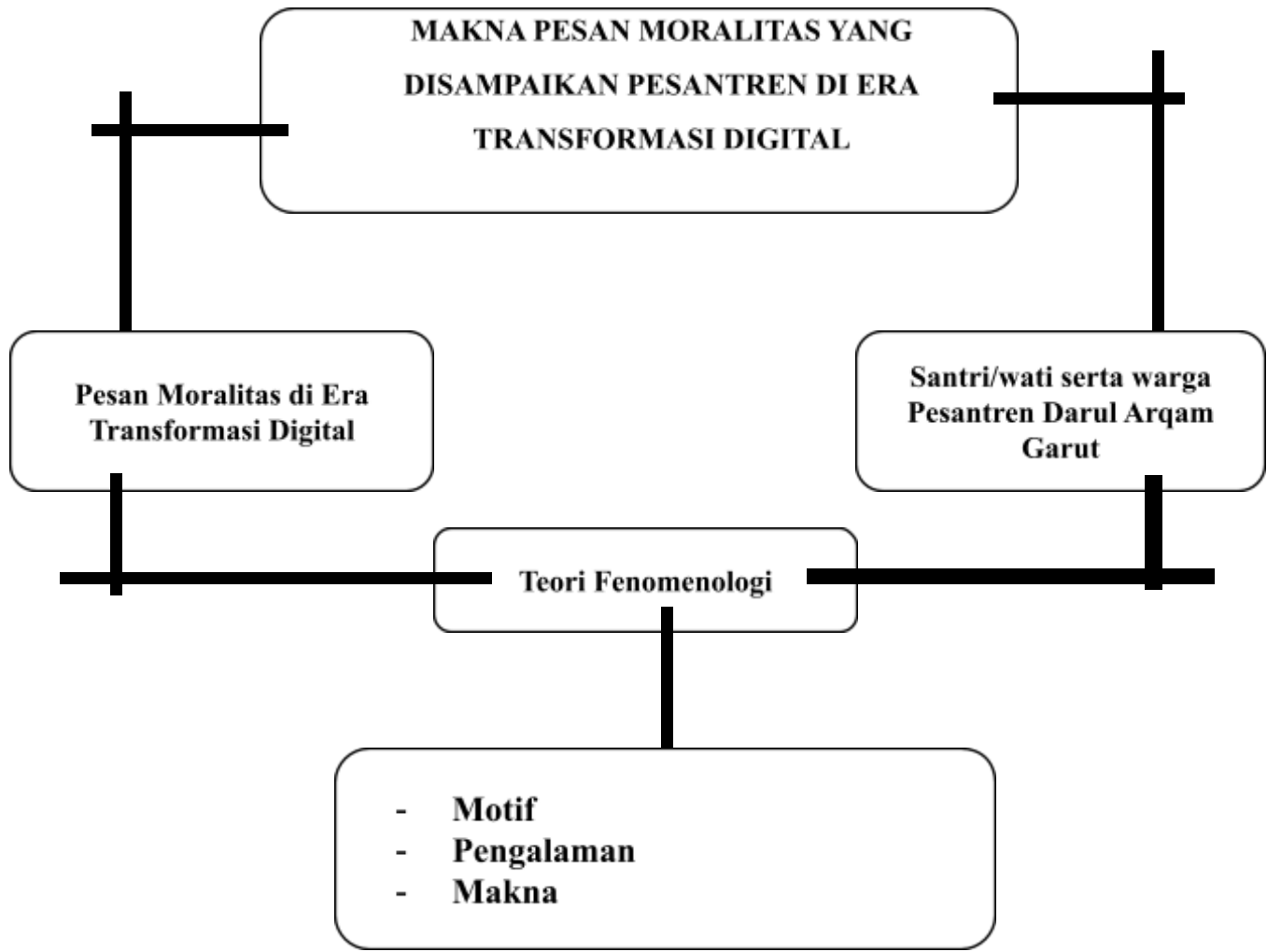
Transformasi digital mencakup pada proses digitalisasi dengan berfokus pada efisiensi, serta inovasi digital pada peningkatan produk fisik yang ada dengan kemampuan digital (Yoo, Jr, Lyytinen, & Majchrzak, 2010), (Novianti, 2021). Di era digital saat ini, banyak siswa dan guru yang cukup

menghabiskan waktunya dalam menggunakan smartphone maupun perangkat lainnya seperti gadget, tablet, dan laptop. Sehingga tidak sedikit lembaga pendidikan yang memanfaatkan hal tersebut untuk meningkatkan produktivitas serta kapasitas perangkat-perangkat ini dengan mengadaptasi transformasi digital. Yang pada akhirnya, bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan baik di sekolah maupun di luar sekolah.

Perkembangan dunia sudah diwarnai *global technology* dimana seluruh kehidupan didunia ini harus sudah mampu berkolaborasi antara kehidupan manusia dengan teknologi yang sudah serba canggih dan modern apalagi dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat dan cepat. Terlebih saat ini kita sudah masuk ke dunia yang telah bertransformasi digital sehingga segala sesuatu aspek urusan kehidupan manusia sudah tidak lepas dari teknologi.

Mulai dari makan, minum, belanja, transportasi, transaksi, pendidikan dan lainnya sudah mulai bertransformasi dengan teknologi digital yang memiliki kemampuan canggih serta modern. Teknologi menjadi kebutuhan primer manusia di era transformasi digital ini, apabila kita tidak bisa mulai beradaptasi untuk mengikutinya, maka manusia akan dianggap gagap teknologi. Hal ini tidak dapat dihindari ataupun ditolak mengingat sudah menjadi suatu kebutuhan pokok bagi manusia. Oleh karena itu tuntutan kompetensi *Digital Literacys* ini kini menjadi tuntutan zaman yang menjanjikan dan paling dibutuhkan di era transformasi digital pada saat sekarang.

2.3 Bagan Kerangka Konseptual



Sumber : Observasi Peneliti