

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan perbandingan antara penelitian yang sudah dilaksanakan dengan yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Kajian pustaka juga memberikan gambaran kepada peneliti selanjutnya tentang penelitian yang akan dilakukan.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1.1 Penelitian Terdahulu I

Nizha Maulidhina 2019 tentang : “ KONSEP DIRI ALTER EGO DI MEDIA SOSIAL (Studi Fenomenologi Konsep Diri Pengguna Akun Alter Ego Memposting Foto Seksi di Twitter dalam Menunjukkan Identitasnya yang Berbeda di Kota Bandung)”

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan, dan menganalisa tentang bagaimana Konsep Diri pemilik akun Alter yang memposting foto seksinya sebagai identitas yang berbeda di kota Bandung. Untuk menjawab penelitian tersebut diangkat tiga sub fokus yaitu komunikasi interpersonal, interaksi simbolik dan konsep diri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian fenomenologi dengan informan utama sejumlah tiga orang menggunakan teknik purposive sampling. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, studi pustaka, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa selain konsep diri terbentuk

dari dalam dirinya, konsep diri pemilik akun alter terbentuk karena interaksinya dengan orang lain. Significant Other dan Reference Group menjadi faktor yang mempengaruhi pengguna akun alter. Pemilik akun merasa memiliki identitas yang berbeda namun tidak bisa ia tunjukkan di lingkungannya dan ia tunjukkan melalui media sosial. Pemilik akun alter merasa bahwa identitas yang ia tunjukkan di media sosial memang berbeda dengan mereka di dunia nyatanya.

2.1.1.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu 2

**Retasari Dewi, Preciosa Alnashava Janitra 2018 tentang :
“DRAMATURGI DALAM MEDIA SOSIAL: SECOND ACCOUNT DI
INSTAGRAM SEBAGAI ALTER EGO”**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan Cyber Ethnography dan Teori Dramaturgi. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Padjadjaran fakultas Ilmu Komunikasi dengan karakteristik yang telah ditentukan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para informan membuat akun alter dengan tujuan sebagai buku harian pribadi, sebagai sarana untuk mengomentari negative beberapa selebriti, untuk merepresentasikan dirinya yang lain, dan untuk kepentingan bisnis. Latar belakang mereka memiliki akun kedua adalah sebagai panggung belakang atau panggung mereka yang lain, karena akun pertama biasanya menggunakan nama asli dan berisi foto foto dan caption yang tujuannya untuk pencitraan.

2.1.1.3 Tinjauan Hasil PenelitianTerdahulu 3

**Nurul Arifin 2014 : “FENOMENA AKUN PSEUDONYM DI
KALANGAN PENGGUNA TWITTER KOTA MAKASSAR”**

Penelitian ini bertujuan memahami secara spesifik mengenai motif, strategi, hambatan dan keuntungan yang diperoleh dari para admin dalam proses pengelolaan akun-akun dengan menggunakan identitas samaran. Adapun subyek dalam penelitian ini adalah para admin akun pseudonym yang berdomisili di kota Makassar sebanyak 9 orang. Penelitian ini

dilakukan melalui pendekatan kualitatif-deskriptif. Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang berusaha memberikan gambaran mengenai objek yang diamati atau diteliti, atau suatu tipe penelitian yang bertujuan membuat deskriptif atau gambaran secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan. Data tersebut diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para informan, disamping itu juga melalui proses wawancara jarak jauh melalui pesan pribadi pada situs micro blogging twitter. Selain itu juga didukung dengan observasi, studi dokumentasi dan studi pustaka. Penentuan informan dilakukan secara purposive sampling, yakni atas dasar penelitian bahwa para informan mengetahui secara baik permasalahan yang sedang diteliti. Untuk itu, informan dalam penelitian ini adalah pemilik akun pseudonym yang berdomisili di kota Makassar dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, yaitu berdasarkan jumlah pengikut, keaktifan dalam mengelola akun, serta peningkatan yang dialami dalam proses pengelolaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, latar belakang keberadaan akun pseudonym di pengguna twitter kota Makassar antara lain, disebabkan banyak pengguna yang menganggap bahwa dengan akun pseudonym mereka dapat berekspresi dan berkreasi lebih bebas tanpa harus takut dikomentari ataupun tidak perlu sulit untuk beradaptasi dengan kondisi forum di twitter selain itu juga dikarenakan kesuksesan yang telah dicapai oleh akun-akun pseudonym yang telah terlebih dahulu mengambil start, membuat para pengguna lainnya tertarik untuk memperoleh

kesuksesan yang sama. Hasil lain juga diperoleh dengan menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh para pengelola akun pseudonym ini dalam meningkatkan jumlah pengikut adalah dengan memanfaatkan masing-masing karakter yang mereka ciptakan. Selain dengan kemudahan yang diperoleh dari bersembunyi di balik sebuah nama samaran, tentu para pengelola akun-akun ini juga memiliki tantangan selama proses pengelolaannya antara lain harus memiliki kreatifitas yang lebih dan harus lebih jeli dalam memanfaatkan situasi.

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Konsep Diri Alter Ego Di Media Sosial

No	Item	Penelitian I
1	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Nizha Maulidhina 2019 tentang : “KONSEP DIRI ALTER EGO DI MEDIA SOSIAL (Studi Fenomenologi Konsep Diri Pengguna Akun Alter Ego Memposting Foto Seksi di Twitter dalam Menunjukkan Identitasnya yang Berbeda di Kota Bandung)”
2	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui konsep diri pemilik akun alter ego di media social
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif dengan studi Fenomenologi
4	Teori	Interaksi Simbolik
5	Hasil Temuan Penelitian	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa selain konsep diri terbentuk dari dalam dirinya, konsep diri pemilik akun alter terbentuk karena interaksinya dengan orang lain. Significant Other dan Reference Group menjadi faktor yang mempengaruhi pengguna akun alter. Pemilik akun merasa memiliki identitas yang berbeda namun tidak bisa ditunjukkan

		di lingkungannya dan ia tunjukkan melalui media sosial. Pemilik akun alter merasa bahwa identitas yang ia tunjukkan di media sosial memang berbeda dengan mereka di dunia nyatanya.
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan	Perbedaannya adalah dari segi objek. Persamaannya adalah menggunakan teori yang sama
7	Kritik	Dalam latar belakang masalah kurang mencantumkan alasan peneliti memilih penelitian tersebut

Tabel 2.2
Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Second Account Di Instagram Sebagai Alter Ego

No	Item	Penelitian II
1	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Retasari Dewi, Preciosa Alna shava Janitra 2018 tentang : “DRAMATURGI DALAM MEDIA SOSIAL: SECOND ACCOUNT DI INSTAGRAM SEBAGAI ALTER EGO” BANDUNG
2	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui tujuan membuat akun kedua media sosial
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif studi cyber ethnography
4	Teori	Teori Dramaturgi

5	Hasil Temuan Penelitian	<p>Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para informan membuat akun alter dengan tujuan sebagai buku harian pribadi, sebagai sarana untuk mengomentari negative beberapa selebritis, untuk merepresentasikan dirinya yang lain, dan untuk kepentingan bisnis. Latar belakang mereka memiliki akun kedua adalah sebagai panggung belakang atau panggung mereka yang lain, karena akun pertama biasanya menggunakan nama asli dan berisi foto-foto dan caption yang tujuannya untuk pencitraan.</p>
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan	<p>Perbedaannya adalah dari segi objek. Persamaannya adalah menggunakan teori yang sama</p>
7	Kritik	<p>Penelitian ini kurang menjelaskan secara lebih dalam mengenai hasil temuan penelitiannya, pembahasan mengenai denotatif dan konotatifnya bisa dikatakan masih samar-samar.</p>

Tabel 2.3
Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Tentang Konsep Diri Alter Ego Di Media Sosial

No	Item	Penelitian II
1	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Nurul Arifin 2014 : “FENOMENA AKUN PSEUDONYM DI KALANGAN PENGGUNA TWITTER KOTA MAKASSAR”
2	Tujuan Penelitian	Untuk memahami secara spesifik mengenai motif, strategi, hambatan dan keuntungan yang diperoleh dari para admin dalam proses pengelolaan akun-akun dengan menggunakan identitas samaran.
3	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif
4	Teori	Teori Dramaturgi
5	Hasil Temuan Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, latar belakang keberadaan akun pseudonym di pengguna twitter kota Makassar antara lain, disebabkan banyak pengguna yang menganggap bahwa dengan akun pseudonym

		<p>mereka dapat berekspresi dan berkreasi lebih bebas tanpa harus takut dikomentari ataupun tidak perlu sulit untuk beradaptasi dengan kondisi forum di twitter selain itu juga dikarenakan kesuksesan yang telah dicapai oleh akun-akun pseudonym yang telah terlebih dahulu mengambil start, membuat para pengguna lainnya tertarik untuk memperoleh kesuksesan yang sama.</p>
6	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian yang Akan Dilakukan	<p>Perbedaannya adalah dari segi objek. Persamaannya adalah menggunakan teori yang sama</p>
7	Kritik	<p>Hasil penelitian kurang menjelaskan manfaat dari menonton film animasi upin dan ipin dikalangan masyarakat Indonesia dalam hal toleransi dan komunikasi lintas budaya.</p>

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoretis

Kerangka teoretis adalah identifikasi dari teori yang dijadikan landasan berpikir untuk melaksanakan suatu teori yang digunakan untuk mengkaji suatu permasalahan. Dalam penelitian ini, terdapat teori yang digunakan sebagai acuan terhadap permasalahan penelitian ini.

2.2.1.1 Definisi Ilmu Komunikasi Sebagai *Grand Theory*

Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator (Mulyana, 2005, p. 62).

2.2.1.2 Jenis-jenis Komunikasi

2.2.1.2.1 Komunikasi Verbal

Agus M. Hardjana (2003:23) mendefinisikan unsur penting dalam komunikasi verbal yaitu:

1. Bahasa,
2. Kata. (Agus M. Hardjana, 2003: 24).

2.2.1.2.2 Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal dapat berupa bahasa tubuh, tanda, tindakan perbuatan (*action*), atau objek.

1. Bahasa Tubuh Bahasa tubuh yang berupa raut wajah, gerak kepala, gerak tangan, gerak- gerak tubuh mengungkapkan berbagai perasaan, isi hati, isi pikiran, kehendak, dan sikap orang.

2. Tanda Dalam komunikasi non verbal tanda mengganti kata- kata, misalnya bendera, rambu- rambu lalu lintas, aba- aba dalam olahraga.
 3. Tindakan atau perbuatan ini tidak khusus dimaksudkan untuk men gganti kata, tetapi dapat menghantarkan makna. Misalnya menggebrak meja dalam pembicaraan, menutup pintu keras pada saat meninggal kan rumah, menekan gas mobil kuat. Semua itu mengandung makna tersendiri.
 4. Objek sebagai bentuk komunikasi non verbal juga tidak mengganti kata, tetapi dapat menyampaikan arti tertentu. Misalnya pakaian, aks esoris, rumah, perabot rumah, harta benda, kendaraan, dan hadiah.
- (Wood, 2009, p. 131).

2.2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Setelah mengetahui tentang arti komunikasi, terdapat 4 (empat) fungs i komunikasi sebagai berikut:

- a Menginformasikan (*to inform*): Yaitu memberikan informasi kepada m asyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa ya ng terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain
- b Mendidik (*to educate*) yaitu : fungsi komunikasi sebagai sarana pend idikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menya mpaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan

- c Menghibur (*to entertain*) yaitu: Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain
- d Mempengaruhi (*to influence*) yaitu: fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 1997, p. 36)

2.2.1.3 Komunikasi massa dalam Ilmu Komunikasi

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner denga definisi “*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*“ artinya, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. (Ardianto, 2004, p.3)

2.2.1.3.1 Efek Komunikasi Massa

Efek Komunikasi Massa dalam Ilmu Komunikasi

Terdapat tiga efek pesan komunikasi massa:

1. Efek kognitif Membahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya
2. Efek afektif Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu. Khalayak

diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya

3. Efek behavioral Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. (Erdiyana, 2004)

2.2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Massa dalam Ilmu Komunikasi

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan dapat dibagi kedalam dua jenis, yaitu:

- a. Pengawasan Peringatan (*Warning or Beware Surveillance*); Fungsi ini terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman. Kendati banyak informasi yang menjadi peringatan atau ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak orang yang tidak mengetahui ancaman itu.
- b. Pengawasan Instrumental (*Instrumental Surveillance*); Fungsi ini merupakan penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang diputar di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk- produk baru dan sebagainya, adalah contoh - contoh pengawasan instrumental.

2. *Interpretation* (Interpretasi)

Fungsi komunikasi massa ini sangat erat sekali kaitannya dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya menyajikan data dan fakta, tetapi juga menyajikan informasi beserta interpretasi mengenai suatu peristiwa tertentu.

Contoh yang paling nyata untuk memahami fungsi ini adalah tajuk rencana surat kabar dan komentar radio atau televisi siaran.

3. *Linkage* (Hubungan)

Media massa mampu menggabungkan unsur - unsur yang terdapat di dalam masyarakat yang tidak bisa dilakukan secara langsung oleh saluran perorangan. Misalnya, hubungan para pemuka partai politik dengan para pengikutnya ketika membaca berita surat kabar mengenai partainya yang dikagumi oleh para pengikutnya yaitu (Effendy, 1992, p.30).

4. *Transmission of value* (Penyebaran nilai - nilai)

Fungsi ini disebut juga socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambar masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan pada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapkan untuk menirunya.

5. *Entertainment* (hiburan)

Fungsi komunikasi massa sebagai hiburan jelas tampak pada televisi, film, dan rekaman suara. Media massa lainnya, seperti surat kabar dan majalah, meskipun fungsi utamanya adalah informasi dalam bentuk pemberitaan, rubrik-rubrik hiburan selalu ada, apakah itu cerita pendek, cerita bersambung, atau cerita bergambar. Dari pemaparan di atas, fungsi - fungsi komunikasi massa yang begitu banyak itu dapat disederhanakan menjadi empat fungsi, yakni:

- Menginformasikan (*to inform*)

- Mendidik (*to educate*)
- Menghibur (*to entertain*)
- Mempengaruhi (*to influence*). (Dominick, 2001)

2.2.1.4 Fenomenologi

2.2.1.4.1 Pengertian Fenomenologi

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 disekelilingnya 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 tindakan sosial.

Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi itu ialah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Kuswarno (2009:2) dalam bukunya yang berjudul Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi, berpendapat bahwa: Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas (pemahaman kita melalui dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain). Sedangkan Little John (2009:57) dalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi berpendapat bahwa: Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya.

2.2.1.4.2 Asumsi Fenomenologi Alfred Schütz

Teori fenomenologi menurut Alfred Schütz mengatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula yang 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.

Menurut Schutz cara mengidentifikasi makna luar dari arus utama pengalaman adalah melalui proses tipikasi, yaitu proses pemahaman dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Maka dalam arus pengalaman dilihat dari objek tertentu pada umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Teori Schutz juga sering dijadikan *center* 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 jelas dan mudah dipahami. *Kedua*, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (*human of action*) dengan tiga dalil umum yaitu:

a. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis)

Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggungjawabkan atukah tidak.

b. *The postulate of subjective interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)

Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti mesti memosisikan diri

secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.

c. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Menurut Kuswarno (2009:38) dalam Buku Fenomenologi: Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya, Memahami metodologi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikutip pemikiran dari Alfred Schutz. Walaupun pelopor fenomenologi dalam Edmund Husserl. Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selainitu, melalui Schutz lah pemikiran – pemikiran Husserl yang dirasa abstrak pada masa itu dapat dimengerti.

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 dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari- hari.

Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan di dunia kehidupan sehari – hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia inter subjektif dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu

sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman bersama, dan tipikalisasi dunia bersama. Melalui tipikalisasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang memainkan peran dalam tipikal.

Menurut Schutz dalam Buku Kuswarno (2009:113) dalam judul *Fenomenologi: Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya*, mengatakan bahwa: Tindakan manusia adalah bagian dari posisinya di masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanyalah kamufase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya).

Konsep “sosial” didefinisikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dan konsep “tindakan” di definisikan sebagai perilaku yang membantu makna subjektif. Akan tetapi menurut Schutz makna subjektif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individu. Makna subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor manusia yang berperilaku dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”. Selain makna “intersubjektif” dunia sosial, menurut Schutz harus dilihat secara historis oleh karenanya Schutz menyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang maupun akan datang.

Proyek adalah sebuah makna yang rumit atau makna yang kontekstual. Oleh karenanya, untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, perlu

diberi fase. Dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan *in-order-to motive* (*Um-zu-Motiv*), yang merujuk pada masa yang akan datang; dan tindakan *because-motive* (*Weil-Motiv*) yang merujuk pada masa lalu (Kuswarno, 2009).

1. Motif Untuk (*in order to motive*)

Schutz mencontohkan, jika seseorang dengan memakan makanan yang bergizi, maka motif pertama (“motif-untuk”) akan berupa pertanyaan seperti “untuk menjaga kesehatan tubuh”, sedangkan motif kedua (“motif-sebab”) dengan melihat pengalaman pengetahuan sebelumnya tentang bagaimana akibatnya jika makan makanan yang sembarangan dan tidak bergizi akan rentan terkena penyakit, misalnya digambarkan dengan pernyataan “agar badan tetap sehat dan tidak rentan terkena penyakit pencernaan”. Tindakan adalah perilaku yang diarahkan untuk mewujudkan tujuan pada masa yang akan datang (*determinate*). Kalimat tersebut sebenarnya mengandung makna juga bahwa seseorang memiliki masa lalu (*pastness*). Dengan demikian tujuan tindakan memiliki elemen ke masa depan (*futurity*) dan elemen ke masa lalu (*pastness*) (Kuswarno, 2009).

2. Motif Karena (*Because Motive*)

Sementara itu, suatu tindakan dapat berupa “tindakan yang sedang berlangsung” (*the action in progress*) dan “tindakan yang terlengkap” (*the complected act*) dengan melihat pengetahuan dan pengalaman sebelumnya tentang bagaimana akibatnya pada kesehatan jika memakan makanan yang sembarangan dan tidak bergizi, misalnya digambarkan sebagai pertanyaan “agar kesehatan selalu terjaga”.

Scott dan Lyman menjelaskan bahwa istilah *motive* lebih berkonotasi kajian psikologis, sedangkan sebagai sosiologi mereka mengusulkan istilah yang khas sosiologi: *accounts*. Walaupun penjelasan istilah yang dikemukakan mereka berbeda dengan pengertian motif dari Schutz, Scott dan Lyman menyebutkan terdapat dua tipe *accounts*, yaitu permintaan maaf (*excuses*) dan pembenaran (*justifications*). Tipe pertama adalah pengakuan atas tindakan yang buruk, salah, atau tidak layak, sedangkan tipe kedua adalah pengakuan tentang tanggung jawab penuh atas tindakan yang dipertanyakan (Kuswarno, 2009).

1.2.1.4.3 Teori Fenomenologi Edmund Husserl

Bila dibandingkan dengan konsep kesadaran dari Descartes yang bersifat tertutup, kesadaran menurut Husserl lebih bersifat terbuka. Husserl juga menolak pandangan Hegel mengenai relativisme fenomena budaya dan sejarah. Namun dia menerima konsep formal fenomenologi Hegel, serta menjadikannya sebagai dasar perkembangan semua tipe fenomenologi. Fenomena pengalaman adalah apa yang dihasilkan oleh kegiatan dan susunan kesadaran manusia (Kuswarno, 2009).

Selain mengemukakan definisi fenomenologi, Husserl banyak membahas mengenai ciri-ciri kesadaran dari orang pertama. Sampai saat ini, kita dapat mengartikan fenomenologi sebagai studi tentang kesadaran, dan beragam pengalaman yang ada di dalamnya. Barulah di Ideas (1913), Husserl mengkhususkan pembahasannya pada fenomenologi, yang didefinisikannya sebagai ilmu mengenai pokok-pokok kesadaran (*the science of the essence of consciousness*) (Kuswarno, 2009).

Adapun pokok-pokok pikiran Husserl mengenai fenomenologi, adalah sebagai berikutini (Kuswarno, 2009):

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

Fenomenologi Husserl ini mempengaruhi filsafat kontemporer secara mendalam, terutama sekitar tahun 1950-an. Tokoh-tokoh seperti yang telah disebutkan sebelumnya (Heidegger, Sartre, Scheler, Merleu-Ponty, dan Paul Ricoeur), menggunakan fenomenologi untuk memahami realitas. Namun tidak sedikit juga yang memperdebatkan pemikiran-pemikiran dari Husserl ini. Termaksud murid pertamanya Adolf Reinach, yang memperdebatkan apakah fenomenologi harus berhubungan dengan *realist ontology*, ataukah tidak. Roman Ingarden, seorang tokoh fenomenologi yang menonjol setelah Husserl, melanjutkan penentangan Husserl terhadap *transcendental idealism*-nya Kant. Walau demikian, ambisi Husserl menjadikan fenomenologi sebagai cabang filsafat yang mampu melukiskan seluk beluk pengalaman manusia, semakin menjadi kenyataan (Kuswarno, 2009).

1. Makna

Dimensi makna yang baru akan membentuk tema yang baru, yang berfungsi sebagai alternative untuk persepsi. Husserl menamakan ini sebagai pergantian dalam *expectation –horizon* (harapan mendatar). Jadi dalam kerangka horizontal, dapat ditemukan bahwa banyak ragam alternative dari fenomena yang menyangkut harapan yang berbeda, yang satu sama lain saling melengkapi untuk membuat fenomena yang menyangkut harapan yang berbeda., yang satu sama lain saling melengkapi untuk membuat fenomena menjadi jelas. Sebagai contoh objek akan terlihat berbeda dari dekat dan jauh. Perbedaan ini akan memberikan koreksi yang akan memuat objek menjadi lebih jelas (Kuswarno, 2009).

2. Pengalaman

Pada hakikatnya focus Husserl ini adalah pada fenomenologi murni, hakikat, kesadaran murni dan ego murni dalam individu. Tidak ada pertanyaan yang tegas dan kebenaran yang dibuat menyangkut realitas alamiah. Kant menyatakan bahwa untuk mengetahui sesuatu harus melalui intuisi. Objek di depan kita dan konsep dari objek itu dalam pikiran hubungan melalui intuisi. Bagi fenomenologi transdental, objek adalah konsepsentral, yang karakteristiknya harus digambarkan bukan dijelaskan. Adapun tujuan dari penggambaran ini adalah untuk menangkap secara intuitif hakikat (esensi) dari objek yang ditambahkan oleh pengalaman (Kuswarno, 2009).

Fenomenologi transdental merupakan studi mengenai penampakan dan fenomena seperti yang kita lihat dan muncul dalam kesadaran. Fenomenologi transdental memberikan kesempatan untuk menjelaskan fenomena dalam pembentukannya, dan makna yang mungkin. Fenomenologi membedakan ciri-ciri

utama kesadaran, hingga sampai pada pemahaman yang hakiki dari pengalaman (Kuswarno, 2009).

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Pengertian Twitter

Twitter adalah sebuah situs jejaring sosial yang sedang berkembang pesat saat ini karena pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dari komputer atau pun perangkat mobile mereka darimana pun dan kapan pun. Setelah diluncurkan pada Juli 2006, jumlah pengguna Twitter meningkat sangat pesat. Pada September 2010, diperkirakan jumlah pengguna Twitter yang terdaftar sekitar 160 juta pengguna (Chiang, 2011). Tren penggunaan twitter, selain untuk mengakses informasi, twitter juga digunakan sebagai media untuk *personal branding*. Semua pengguna twitter dapat bebas berbagi segala ide, pengalaman, tips trik, dan juga info yang layak diketahui semua warga di twitter. Seorang pengguna dapat mengontrol penuh segala informasi yang ingin dibagi kepada para pengikutnya di twitter. Jadi ini tidak akan menutup kemungkinan bahwa mereka bisa saja menulis hal yang hanya menguntungkan dirinya. Ia dapat menuliskan apa saja dan di susun kata sedemikian rupa agar terlihat lebih “menjual” atau menarik perhatian para pengikutnya. Membangun *personal branding* melalui sosial media, apalagi twitter sudah bukan hal yang baru lagi, kita dapat melakukannya secara online, dimana saja dan kapan saja. Pembentukan personal branding disosial media yang tersirat, sekarang sudah sangat tersurat. Misalnya: kita mengunggah foto liburan kita, kita menunjukkan bahwa kita memiliki

Kemampuan untuk liburan, pada saat kita mengunggah foto-foto bayi kita, kita sedang menunjukkan bahwa kita adalah orang tua yang baik. Saat kita beropini tentang kejadian-kejadian terkini kita menunjukkan kecerdasan kita. Twitter digunakan sebagai medianya karena, pada masa yang semakin canggih ini, twitter adalah salah satu website yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat internet, terutama orang Indonesia. Dengan 140 karakter, seseorang dapat menuliskan hal yang dapat membantu dirinya membentuk citra yang ia dambakan atau inginkan (Loretta, 2014:35-37)

2.2.2.2 Pengertian *Alter*

Istilah *alter* dalam teori tindakan untuk menyebut pihak kedua atau orang yang menjadi lawan berinteraksi dari pihak pertama (aku atau ego). *Alter* dalam hal ini haruslah makhluk yang berjiwa karena makhluk tak berjiwa (benda mati) tidak dapat memberikan reaksi terhadap perilaku ego. (Sobur, 2014, p.34)

2.2.2.3 Pengertian *Alter Ego*

Istilah latin yang berarti pribadi yang kedua, juga bisa berarti “aku yang lain”. Dalam karya sastra, sahabat karib seorang tokoh acap kali dinamakan *alter-egonya*. (Sobur, 2014, p.34)

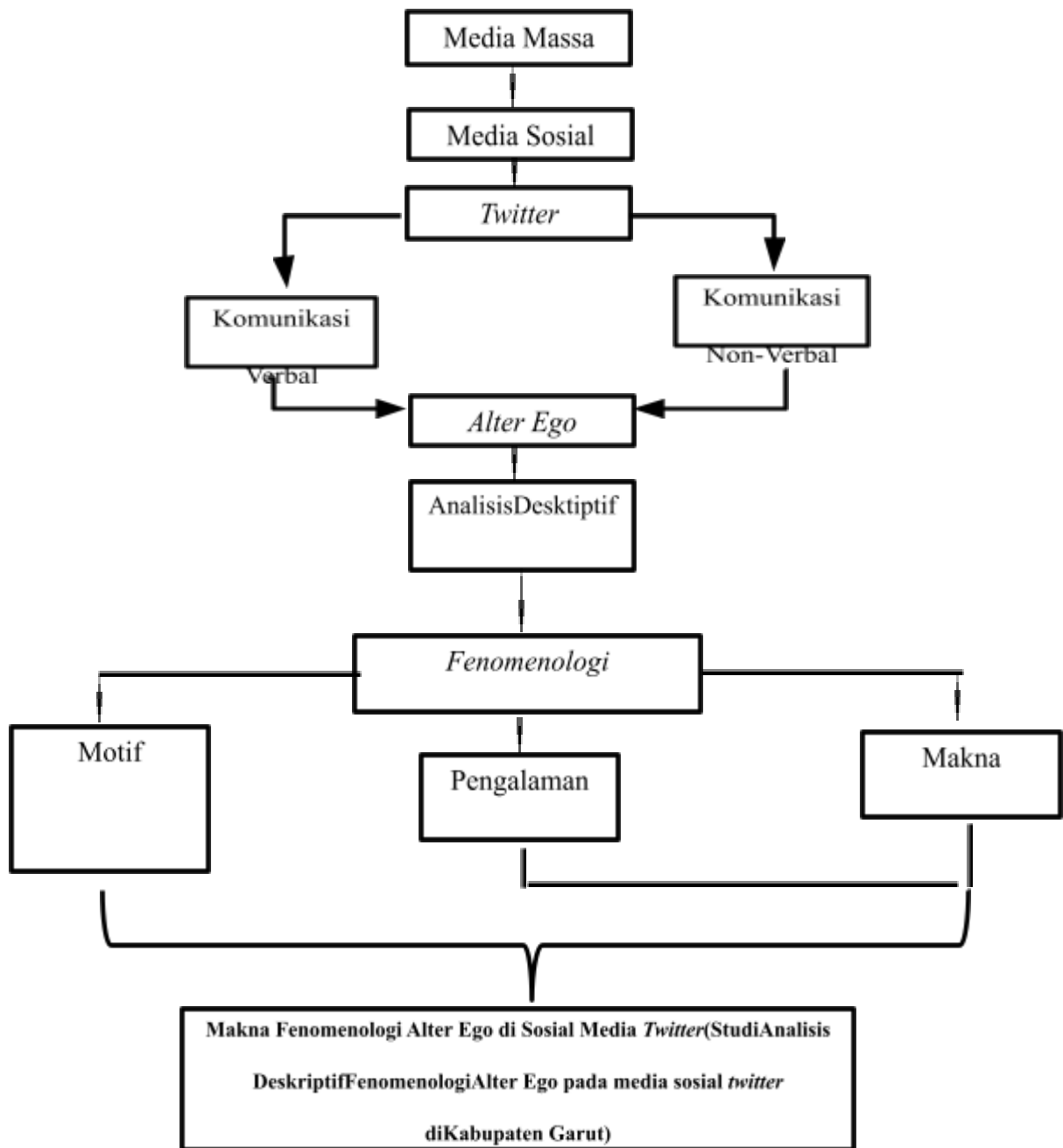
2.2.2.4 Media Massa

Industri dan teknologi komunikasi yang mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, serta film. Istilah massa mengacu pada kemampuan teknologi komunikasi untuk mengirimkan pesan melalui ruang, waktu, dan menjangkau banyak orang.

Bentuk paling umum yang digunakan untuk semua bentuk komunikasi yang berupa informasi atau pertunjukan bagi sejumlah besar hadirin. Dalam masyarakat modern, bentuk, media massa yang paling umum termasuk surat kabar, majalah, buku, televisi, radio, film, musik rekaman. Bentuk ini menjadi populer setelah kemunculan radio penyiaran pada 1920. (Sobur, 2014, p.504)

2.2.3 Kerangka Pikir

Makna Fenomenologi Alter Ego di Sosial Media Twitter(Studi Analisis Deskriptif Fenomenologi Alter Ego pada media sosial twitter di Kabupaten Garut)



Bagan 2.1 : Kerangka Pikir ”Makna fenomenologi Alter Ego di Sosial Media *Twitter* (Studi Analisis Deskriptif Fenomenologi Alter Ego pada media sosial *twitter* di Kabupaten Garut)”

Sumber: Schutz (Kuswarno, 2009) dan Husserl (Kuswarno, 2009);
(Modifikasi Peneliti)