

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Konsep Dasar Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Salah satu unsur terpenting dalam hidup manusia adalah komunikasi. Komunikasi adalah saluran atau media. Seorang komunikator dalam proses komunikasi pastilah menggunakan unsur media sebagai alat penyampai pesan kepada komunikan Tujuannya untuk mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan melalui media atau saluran. Komunikasi merupakan faktor fundamental dalam kehidupan manusia, sebab manusia perlu mempertahankan hidup dan kebutuhan menyesuaikan dengan lingkungan.

##### **2.1.1 Fungsi Komunikasi**

Fungsi komunikasi menurut **Wiliam I. Gorden** yang dikutip dri buku **Ilmu Komunikasi** karya **Deddy Mulyana**. Ada empat fungsi komunikasi, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi intrumental. Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*)

tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan.

- a. **Komunikasi Sosial.** Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri., untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.
- b. **Komunikasi Ekspresif.** Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendiri ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.
- c. **Komunikasi Ritual.** Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual. Yang biasa dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari

upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, siraman, pernikahan hingga upacara kematian.

- d. **Komunikasi Instrumental.** Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum; menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau gerakan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bertujuan memberitahuakan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengar mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui. (2015:4-34)

### 2.1.2 Prinsip-prinsip Komunikasi

Deddy Mulyana mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar**. Terdapat 12 prinsip komunikasi yakni :

- a. **Komunikasi Adalah Proses Simbolik.** Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti yang dikatakan K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya.

- b. Setiap Prilaku Mempunyai Potensi Komunikasi. Kita tidak dapat berkomunikasi (*we can't not communicate*). Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi. Alih-alih, komunikasi terjadi bila seseorang memberikan makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri.**
- c. Komunikasi Punya Dimensi Isi dan Dimensi Hubungan. Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.**
- d. Komunikasi Berlangsung dalam Berbagai Tingkat Kesenjangan. Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesenjangan, dari komunikasi disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari.**
- e. Komunikasi Terjadi dalam Konteks Ruang dan Waktu. Makna pesan juga bergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis**

- f. **Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi.**  
Komunikasi juga terikat oleh aturan atau tatakrama. Artinya orang-orang memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.
- g. **Komunikasi Bersifat Sistemik.** Setiup individu adalah sistem yang hidup. Organ dalam tubuh juga terhubung. Hal itu juga yang terjadi dalam komunikasi, semua hal terhubung menjadi satu.
- h. **Semakin Mirip Latar Belakang Sosialbudaya Semakin Efektiflah Komunikasi.** Komunikasi yang efektif adalah
- i. komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para peserta komunikasi.
- j. **Komunikasi Bersifat Nonkonsekuensial.** Sebenarnya komunikasi manusia dalam bentuk dasarnya (komunikasi tatap muka) bersifat dua-arah.
- k. **Komunikasi Bersifat Prosensual, dinamis, dan Transaksional.** Komunikasi tidak punya awal dan tidak punya akhir, melainkan proses yang sinambungan.
- l. **Komunikasi Bersifat *Irreversible*.** Sekali mengirim pesan kita tidak bisa mengendalikan pengaruh pesan yang diberikan.

**m. Komunikasi Bukan Panasea untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah. Komunikasi bukanlah Panasea (obat mujarab). Untuk menyelesaikan persoalan atau konflik, karena tersebut mungkin berkaitan dengan masalah struktural. (2015:91-127)**

## **2.2 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa sendiri berasal dari istilah bahasa Inggris yakni *Mass Communication*. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh **Bitter** (Ardianto, dkk. 2007:3) yakni “*komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang*” (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number people*).

Definisi Komunikasi massa dalam buku **Psikologi Komunikasi** karya **Jalaluddin Rakhmat** adalah sebagai berikut:

**Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (Rakhmat, 2008:189)**

Pendapat lain mengenai komunikasi massa diungkapkan oleh **Hikmat** dalam bukunya **Etika & Hukum Pers** mengartikan :

**Komunikasi massa atau *mass communication* ialah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat**

**kabar, majalah, siaran radio, dan televisi, bahkan internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media massa. (2011:71)**

Dari beberapa pengertian komunikasi massa, dapat di simpulkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menyampaikan pesan kepada komunikan berjumlah banyak berupa informasi, gagasan dan sikap dengan menggunakan media massa sebagai saluran masal.

### **2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh **Ardianto dkk**, dalam buku

**Komunikasi Massa: Suatu Pengantar** yaitu:

- 1. Komunikator terlembaga. Komuniaksi itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. Misalnya, proses penyusunan pesan itu diterima oleh komunikan, jika pesan itu disampaikan melalui surat kabar, maka komikatornya adalah redaksi surat kabar tersebut.**
- 2. Pesan bersifat umum. Artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk kelompok orang tertentu. Oleh karena, pesan komunikasi mass bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.**
- 3. Komunikannya anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Komunikan komunikasi massa juga adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yangh berbeda-beda.**

4. **Media massa menimbulkan keserempakan.** Kelebihan komunikasi massa dengan komunikasi lain, adalah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relative banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak memperoleh pesan yang sama pula.
5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbangan hubungan.** Dimensi ini menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukan bagaimana cara mengatakannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.
6. **Komunikasi bersifat satu arah.** Karena komunikasinya melalui media massa, maka komuniakto dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator lebih aktif menyampaikan pesan, komunikanpun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antar personal. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.
7. **Stimulus alat indra terbatas.** Dalam komunikasi massa, stimulus alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada siaran radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan penglihatan dan pendengaran.
8. **Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*).** Dalam prose komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indeirct*) dan tertunda (*delayed*). Artinya komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

Komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya

**Cangara, yaitu :**

1. **Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanis.** Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang,

misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.

2. Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.
  
3. Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998: 36).

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

### 2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi menurut Dominick (2001) dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karangan **Ardianto** dkk yakni :

1. *Surveillance* (pengawasan)  
Fungsi pengawasan komunikasi dibagi dalam bentuk utama: **warning or beware surveillance** (pengawasan peringatan), **instrumental surveillance** (pengawasan instrumental)
  
2. *Interpretation* (penafsiran)  
Fungsi penafsiran hamper mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap

kejadian – kejadian penting. Organisasi atau industry media memilih dan menentukan peristiwa – peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

### 3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkpage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

### 4. *Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)

Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi) mengacu pada cara, individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok yang mewakili gambaran masyarakat itu di tonton, didengar dan dibaca

### 5. *Entertainment* (Hiburan)

Sedangkan menurut Cangara dalam bukunya **Pengantar Ilmu**

**Komunikasi** (2011) komunikasi massa dapat berfungsi sebagai berikut :

1. Informasi; yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan berbagai pesan berupa opini komentar. Sehingga orang bisa mengetahui lingkungan sekitar nasional hingga internasional.
2. Sosialisasi; yaitu menyediakan mengajarkan ilmu pengetahuan sehingga orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada sebagai anggota masyarakat.
3. Motivasi; yaitu mengikuti kemajuan orang lain, melalui apa yang mereka lihat, baca, dengar lewat media massa.
4. Bahasan Diskusi; menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai nilai-nilai yang menyangkut orang banyak.
5. Pendidikan; yaitu membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan seluas-luasnya, baik formal maupun informal. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi di sekolah.
6. Memajukan Kebudayaan; yaitu bisa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi ataupun cetak.
7. Hiburan; sifat estetika yang dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa, membawa orang menikmati hiburan seperti kebutuhan pokok.

**8. Intergritas;komuniikasi seperti satelit dapat dimaafaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalma memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.**

Sarana seperti televisi, radio film serta surat kabar ataupun media online memang merupakan sarana yang paling baik untuk menyampaikan informasi dalam bentuk komunikasi massa. Pesan berupa informasi yang disampaikan melalui media massa dapat diserap dengan baik oleh masyarakat secara luas.

Dewasa ini, arus informasi memang tak bisa dibendung lagi. Informasi memang sangat di butuhkan untuk menunjang segala aspek kehidupan masyarakat mulai dari sosial, politik, ekonomi, hukum hingga gaya hidup. Namun tidak semua informasi yang sampaikan melalui media massa bersifat positif, ada informasi yang bersifat negative yang dikhawatirkan bisa merusak moral bangsa. Apalagi sekarang masyarakat Indonesia lebih condong kebaratannya. Oleh karena itu masyarakat yang berperan sebgaia khalayak baik itu pendengar, pembaca, penonton atau pemirsa di tuntutan agar lebih bisa memilih dan memilah informasi mana yang baik untuk di serap.

#### **2.2.4 Model Komunikasi Massa**

Di dalam buku karangan **Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah** berjudul **Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Masyarakat** ada beberapa model komunikasi massa yang terkenal yakni:

**1. Model Satu Tahap.**

**Model ini didasarkan atas anggapan bahwa media massa secara langsung sampai pada komunikannya. Tidak menggunakan pemuka sebagai penerus pesan arti media**

massa tersebut. Namun model ini juga mengakui bahwa media bukan merupakan alat yang teramat kuat pengaruhnya dan efek bagi tiap komunikannya berbeda satu sama lain.

**2. Model Komunikasi Dua Tahap.**

Model komunikasi ini beranggapan bahwa dalam penyampaian melalui media massa, tidak dapat langsung kepada publiknya tetapi pemuka pendapat. Artinya dari media massa sampai pada pemuka pendapat kemudian baru para pemuka inilah yang meneruskannya kepada komunikan yang dimaksud oleh media massa tadi. Di sini sering terjadi erosi dari pada volume informasi atau juga dapat terjadi penambahan volume informasi dari yang sebenarnya oleh para pemuka pendapat.

**3. Model Komunikasi Banyak Tahap.**

Model yang menyatakan lajunya komunikasi dari komunikator kepada komunikan terhadap semua saluran yang berganti-ganti.

**4. Model komunikasi Uses and gratifications.**

Merupakan model pengembangan dari jarum hipodermik. Namun, model ini tidak tertarik kepada apa yang dilakukan orang-orang terhadap media. Khalayak hanya dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

**5. Model Genda Setting**

Dengan memperhatikan beberapa isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan mempengaruhi opini public. Artinya membentuk persepsi khalayak apa yang dianggap penting. Jadi, apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting juga oleh khalayak

Beberapa pernyataan model komunikasi, menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang diajukan kepada khalayak yang terbesar, heterogen dan anonim melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak atau sesaat. Berbagai pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh pakar komunikasi bisa

disimpulkan bahwa model komunikasi massa dibuat dan dikembangkan secara berbeda sesuai dengan pemahaman para pakar.

### **2.3 Fenomenologi**

Istilah fenomenologi tidak dikenal setidaknya sampai menjelang abad ke-20. Abad ke-18 menjadi awal digunakannya istilah fenomenologi sebagai nama teori tentang penampakan, yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penampakan yang diterima secara inderawi). Istilah fenomenologi itu sendiri diperkenalkan oleh Johann Heinrich Lambert, pengikut Christian Wolff. Sesudah itu, filosof Immanuel Kant memulai sesekali menggunakan istilah fenomenologi dalam tulisannya, seperti halnya Johann Gottlieb Fichte dan G. W. F. Hegel. Pada tahun 1899, Franz Brentano menggunakan fenomenologi untuk psikologi deskriptif. Dari sinilah awalnya Edmund Husserl mengambil istilah fenomenologi untuk pemikirannya mengenai “kesengajaan”.

Abad ke-18 tidak saja penting bagi fenomenologi, namun juga untuk dunia filsafat secara umum. Karena pada abad inilah, pembahasan filsafat modern dimulai. Di satu sisi ada aliran empirisme yang percaya bahwa pengetahuan muncul dari penginderaan. Dengan demikian kita mengalami dunia dan melihat apa yang sedang terjadi. Bagi penganut empirisme, sumber pengetahuan yang

memadai itu adalah pengalaman. Akal yang dimiliki manusia hanya bertugas untuk mengatur dan mengolah bahan-bahan yang diterima oleh panca indera.

Sedangkan di sisi lain ada aliran rasionalisme yang percaya bahwa pengetahuan timbul dari kekuatan pikiran manusia (rasio). Hanya pengetahuan yang diperoleh melalui akal yang memenuhi syarat untuk diakui sebagai pengetahuan ilmiah. Menurut aliran ini, pengalaman hanya dapat dipakai untuk mengukuhkan kebenaran pengetahuan yang telah diperoleh melalui akal. Akal tidak memerlukan pengalaman dalam memperoleh pengetahuan yang benar.

Kemudian filosof Immanuel Kant muncul dengan menjembatani keduanya. Menurut **Immanuel Kant** dalam Fenomenologi Engkus menyebutkan bahwa fenomena adalah:

**Fenomena adalah sebagai sesuatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagaimana tampak pada dirinya). (2009:4)**

Jadi bisa kita simpulkan pula bahwa immanuel kant mengartikan sebuah pengetahuan adalah apa yang tampak kepada kita. Semenjak pemikiran Immanuel Kant ini menyebar luas, barulah fenomena menjadi titik awal pembahasan filsafat, terutama pembahsan mengenai bagaimana sebuah pengetahuan dibangun (abad 18 dan 19).

Dengan demikian sebagai suatu istilah, fenomenologi telah ada sejak Immanuel Kant mencoba memilah unsur mana yang berasal dari pengamatan (*phenomena*), dan mana yang terdapat dalam akal (*noumena* atau *the thing in its*

*self*). Fenomenologi kemudian menjadi pusat dalam tradisi filsafat eropa sepanjang abad ke-20.

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

Lebih lanjut lagi menurut **Bretano** yang di kutif **Engkus** dala bukunya fenomenologi, pengertian fenomenologi adalah :

**Fenomena adalah sesuatu yang masuk ke dalam “kesadaran” kita, baik dalam bentuk persepsi, khalayan, keinginan, atau pikiran. (2009:5)**

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

Selanjutnya Bretano membedakan antara psikologi deskriptif dengan psikologi genetis. Psikologi genetis mencari tipe-tipe penyebab dari fenomena

mental, sedangkan fenomenologi deskriptif mendefinisikan dan mengklasifikasikan beragam tipe fenomena mental, termasuk diantaranya persepsi, pendapat, dan emosi. Setiap fenomena mental (tindakan sadar) selalu berhubungan dengan objek tertentu. Hubungan antara kesadaran objek inilah yang kemudian diistilahkan Brentano dengan fenomenologi tahun 1889.

Pada masa berikutnya, selain Brentano dan William James dengan *principles of psychology* (1891), berkembang pula teori semantik atau logika dari Bernard Bolzano dan Edmund Husserl (logika modern), termasuk Gottlob Frege.

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

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

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

Husserl mengistilahkan proses kesadaran yang disengaja dengan noesis, dan sedangkan istilah noema untuk isi dari kesadaran itu. Noema dari tindakan sadar disebut Husserl sebagai makna ideal dan objek sebagaimana tampak. Fenomena (objek sebagaimana tampak) adalah noema. Interpretasi Husserl ini

menjadi dasar dari teori Husserl selanjutnya mengenai kesengajaan (apakah noema salah aspek dari objek, ataukah media dari tujuan).

Singkatnya, fenomenologi husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi, dan tindakan sadar. Jadi fenomenologi adalah bentuk lain dari logika.

Dari beberapa perkembangan serta berbagai pendapat mengenai fenomenologi, ini menjadikan fenomenologi menjadi semakin berkembang, yang kemudian banyak dikaitkan dengan beberapa keilmuan, salah satunya hubungan fenomenologi dalam ranah filsafat. Pada umumnya pembahasan filosofis selalu melibatkan empat bidang inti, yakni ontologi, epistemologi, etika, dan logika. Keempat bidang inilah yang menjadi dasar bagi semua ilmu pengetahuan.

a. Fenomenologi dan Ontologi

Ditinjau dari ontologi, fenomenologi mempelajari sifat-sifat alami kesadaran secara ontologis, fenomenologi akan dibawa kedalam permasalahan mendasar jiwa dan raga (*traditional mind-body problem*).

Sebagai pengembangan pembahasan ontologi, fenomenologi Husserl kemudian mencoba membuat teori pengandaian mengenai “keseluruhan dan bagiannya” (*universals and particulars*), hubungan keseluruhan dan bagiannya, dan teori tentang makna ideal.

b. Fenomenologi dan Epistemologi

Berkenaan dengan epistemologi yang bertugas untuk membantu kita dalam menemukan pengetahuan, fenomenologi terutama membantu dalam mendefinisikan fenomena. Fenomenologi percaya bahwa dalam fenomena-lah pengetahuan itu berada. Disisi yang lain fenomenologi telah mengklaim dirinya sebagai alat untuk memperoleh pengetahuan mengenai sifat-sifat alami kesadaran dan jenis-jenis khusus pengetahuan orang pertama, melalui bentuk-bentuk intuisi. Menurut husserl sebagai epistemologi, fenomenologi menggunakan intuisi sebagai sarana untuk mencapai kebenaran dan pengetahuan.

Demikianlah pembahasan fenomenologi dihubungkan dengan bidang-bidang inti dari filsafat. Jelas kiranya penambahan bidang fenomenologi bagi ilmu sosial masih menjadi perdebatan hingga saat ini. Namun kedudukan fenomenologi sebagai sebuah aliran filsafat kiranya tidak perlu diragukan lagi. Apalagi secara historis, fenomenologi merupakan bagian dari filsafat, sebagaimana halnya matematika dan logika. Kemampuan fenomenologi dalam memenuhi kriteria ilmu ditinjau dari bidang-bidang inti filsafat pun, secara tidak langsung telah mengukuhkan kedudukan fenomenologi sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri.

#### c. Fenomenologi dan Logika

Seperti yang diterangkan dalam sejarah lahirnya fenomenologi, teori logika mengenai makna-lah yang membawa husserl kepada “teori kesengajaan”, yang menjadi jantung fenomenologi. Dalam penjelasannya, fenomenologi menyebutkan bahwa kesengajaan dan tekanan semantik dari sebuah makna ideal dan proposisi itu berpusat paada teori logika. Sementara itu, logika yang

terstruktur dapat ditemukan pada bahasa, baik bahasa sehari-hari maupun dalam bentuk simbol-simbol, seperti logika predikat, matematika, dan bahasa komputer.

d. Fenomenologi dan Etika

Fenomenologi mungkin saja memainkan peran penting dalam bidang etika dengan menawarkan analisis terhadap kehendak, penilaian, kebahagiaan dan perhatian terhadap orang lain (dalam bentuk simpati dan empati). Apabila menelaah sejarah fenomenologi, akan kita temukan bahwa etika menjadi tujuan akhir fenomenologi.

### 2.3.2 Fenomenologi Edmund Husserl

Teori ini muncul sekitar tahun 1859-1938, yang mana Edmund Husserl merupakan pendiri dan tokoh utama dari aliran filsafat fenomenologi. Seperti telah disebutkan sebelumnya dalam sejarah fenomenologi, pemikirannya banyak dipengaruhi oleh Franz Brentano, terutama pemikirannya tentang “kesengajaan”. Kemudian makna fenomenologi yang dikemukakan oleh Edmund Husserl berbeda dengan yang diungkapkan oleh Immanuel Kant. Jika Kant mengatakan bahwa subjek hanya mengenal fenomena bukan noumena, maka bagi Husserl *fenomena* mencakup noumena (pengembangan dari pemikiran Kant).

Menurut Husserl, dengan fenomenologi kita dapat mempelajari bentuk – bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek

yang terikat didalamnya. Husserl mempresentasikan fenomenologi sebagai belokan transendental. Ia menentang metode “transcendental idealism” dari Kant. Husserl berpendapat bahwa ilmu positif memerlukan pendampingan filsafat fenomenologis.

Kemudian melalui reduksi transendental, Husserl menemukan adanya esensi kesadaran yang disebut intensionalitas. Setiap aktivitas intensionalitas (noetic) termasuk aktivitas yang menyadari sesuatu. Fenomenologi husserl pada prinsipnya bercorak idealistik, karena menyerukan untuk kembali kepada sumber asli pada diri subjek dan kesadaran. Ilmu komunikasi (komunikologi) akan mendapatkan landasan yang kokoh jika asumsi-asumsi ontologi dan epistemologinya didasarkan pada pengetahuan tentang esensi kesadaran.

Fenomenologi Husserl ini mempengaruhi filsafat kontemporer secara mendalam, terutama sekitar tahun 1950-an. Tokoh-tokoh seperti yang telah disebutkan sebelumnya (Heidgger, Sartre, Scheler, Marleu-Ponty, dan Paul Ricoeur), menggunakan fenomenologi untuk memahami realitas. Namun tidak sedikit juga yang memperdebatkan pemikiran-pemikiran Husserl ini. Termasuk 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.

#### **2.4 Action Figure**

Dari definisinya sendiri, Action figure merupakan mainan berkarakter yang berpose, terbuat dari plastik atau material lainnya dan karakternya sering diambil berdasarkan film, komik, video game atau acara televisi. Action figure ini sering dipasarkan memang untuk anak lelaki. Action figure yang bisa diganti-ganti pakaiannya sering disebut sebagai action doll (boneka aksi) sebagai sebuah perbedaan dari action figure yang pakaiannya tidak bisa diganti-ganti atau sudah dicetak.

Action figure sangat terkenal dikalangan anak lelaki karena mereka melambangkan suatu sifat maskulin. Awalnya action figure dibuat hanya untuk pasaran anak-anak, kemudian action figure telah berkembang menjadi sebuah barang koleksi bagi para kolektor dewasa dan telah diproduksi secara spesifik untuk orang dewasa. Dalam hal ini, barang yang dipandang secara cermat adalah mainan yang semata-mata hanya untuk dipajang.

Dalam pandangan Stan Weston (penemu istilah action figure, seorang manager pemasaran di perusahaan mainan Hasbro), action figure berasal dari kata figure berarti sebuah citra figur seperti manusia, karakter dan action yang berarti bisa dibuat beraksi atau diposekan menjadi sedang melakukan sebuah aksi (action).

Dalam perkembangannya menurut Max Watanabe, seorang ahli pembuat action figure terkenal di Jepang action figure adalah sebuah sculpture/miniature/replica dari sebuah benda atau karakter, baik yang menggunakan artikulasi pada bagian gerak maupun tidak, dan dibuat dengan tingkat kedetailan yang tinggi.

Dari sejarah awalnya, Action Figure pertama kali dikenalkan oleh Hasbro pada tahun 1964. Saat itu creative director Hasbro, Stan Weston dan Dan Levine, mengembangkan figure 12 inchi yang diinspirasi dari film tahun 1945 berjudul “The Story of G.I. Joe”. Figure ini dibuat dengan point artikulasi di tubuhnya agar bisa dipose sesuka hati. Karena keistimewaannya, mainan ini dinamakan Action Figure.

Selain artikulasi, Action Figure G.I. Joe yang lebih ditujukan untuk anak laki-laki ini, juga menyediakan berbagai kostum army yang bisa disesuaikan dengan selera konsumen. Konsep ini diadaptasi dari boneka Barbie buatan Mattel, yang lebih populer di kalangan anak perempuan.

Action Figure G.I. Joe ini sangat populer pada era itu. Banyak perusahaan mainan yang membeli lisensi ini, untuk membuat lini sendiri atau pun mengembangkannya. Pada tahun 1970an, Takara, salah satu perusahaan mainan Jepang yang memegang lisensi ini. Mengembangkan versi kecil dari Action Figure dengan ukuran sekitar 3 sampai 5 inchi. Mainan ini diberi nama Microman

dan dirilis pada tahun 1974. Microman ini lalu di adaptasi ke Amerika dengan nama Micronauts oleh Mego.

Inovasi Microman membuat trend baru pada dunia mainan. Action Figure yang tadinya berukuran besar bisa diadaptasi menjadi relative lebih kecil. Mego yang pada saat itu memegang lisensi komik superhero Marvel dan DC, mengadaptasi Micronauts menjadi karakter-karakter superhero ini.

Tahun 1980-an adalah era emas kartun di TV. Action figure dari serial kartun He-man, Thundercats, dan Silverhawks, Teenage Mutant Ninja Turtles. Bertebaran di pasaran untuk memuaskan anak-anak pada era tersebut. Action Figure ini pun dilengkapi dengan berbagai macam aksesoris yang dijual terpisah.

Di era ini juga, kartun Jepang yang identik dengan robot yang dapat berubah seperti Transformers, mulai banyak dikenal. Takara yang melihat trend ini merilis lini Micro Change, dimana sebuah object bisa berubah menjadi robot. Di sisi lain Hasbro mengadaptasi Micro Change ini dengan lini Takara Diaclone yang menjadi lini Transformers yang kita kenal sekarang.

Sekarang, nama Action Figure sudah bukan milik Hasbro saja. Sudah banyak perusahaan mainan yang mengembangkan dan merilis mainan dengan kategori Action Figures. Sebut saja Bandai dengan SHF-nya, Good Smile Company dengan Figma, Hot Toys, Medicom, dan masih banyak lagi. Karakternya pun sudah semakin beragam, dari karakter animasi, film, sampai karakter video game. Perlu diingat perkembangan ini juga menggeser peran Action Figure yang tadinya hanya dipandang sebagai mainan anak-anak. Sekarang

banyak Action Figure yang dibeli untuk dikoleksi dan dimainkan oleh remaja dan orang dewasa.

Bagi para penggemar film anime Jepang, nama Gundam mungkin sudah tidak asing lagi. Film animasi robot ini dibuat oleh Studio Sunrise di Jepang pada 1979. Film ini mendapatkan respon luar biasa dari seluruh dunia termasuk Indonesia hingga kini. Dalam perkembangannya Gundam tak sekadar film, tetapi merambah ke beragam hal seperti game dan gunpla (gundam plastic model).

### **Pengelompokan Action Figure Berdasarkan Karakternya**

Pembagian action figure secara genre merupakan pemilahan action figure dengan melihat dari asal muasal karakter yang ada, berasal dari film atau yang lain. Pembagian ini antara lain:

#### 1. Movies/Star

Action figure Movies/Star merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter-karakter dalam film-film bioskop maupun serial televisi, musisi, atlet, maupun selebriti-selebriti lainnya.

#### 2. Super Heroes

Action figure Super Heroes merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter-karakter komik pahlawan super

Amerika, misalnya Superman, Batman, SpiderMan, Spawn dan sebagainya.

### 3. Cartoon

Action figure cartoon merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter-karakter film-film kartun Amerika, misalnya Mickey Mouse, Flintstone dan karakter film kartun Amerika lainnya.

### 4. Anime

Action figure anime merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter-karakter dari film animasi Jepang yang disebut anime, misalnya Saint Seiya, Dragon Ball, Samurai-X dan sebagainya.

### 5. Tokusatsu

Action figure tokusatsu merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter film-film tokusatsu (film Jepang dengan special efek canggih). Film ini sudah diproduksi Jepang sejak tahun 1940-an. Di Indonesia film tokusatsu ini mulai dikenal sejak tahun 80an dengan masuknya video-video film tokusatsu seperti Gavan, Goggle V hingga Ksatria Baja Hitam.

### 6. Super Robot

Action figure super robot merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter-karakter dalam film super robot. Film super robot sendiri sebenarnya merupakan film anime yang berisi cerita tentang robot-robot super seperti Mazinger Z, Voltes V dan sebagainya.

#### 7. Fantasy

Action Figure Fantasy merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter-karakter yang ada dalam cerita dongeng ataupun cerita horor, seperti dongeng tentang Naga, Dracula, Werewolf, Mummy, dan cerita-cerita lainnya.

#### 8. Military

Action Figure Military merupakan action figure yang desain karakternya didasarkan pada karakter-karakter militer/tentara. Action figure jenis ini juga banyak dibuat dalam bentuk diorama militer yang menggambarkan situasi peperangan.

#### 9. Replica

Merupakan tiruan dari sebuah benda dengan ukuran yang bervariasi, dengan skala tertentu maupun non-scale. Misalnya replica dari bermacam-macam kendaraan, dan lain-lain.

### **2.4.1 Komunitas Action Figure**

Komunitas action figure merupakan komunitas para pencinta, penggemar, kolektor, penjual, dan para pemodifikasi (custom) dimana mereka bisa saling sharing akan pengetahuan tentang action figure yang mereka ketahui dan sekaligus memamerkan beberapa koleksi-koleksi langka mereka kepada rekan sesama komunitasnya.

Komunitas action figure juga aktif dalam membuat event-event yang berbaur action figures, tujuannya adalah untuk menambah anggota sekaligus untuk bisa membuat anggota-anggotanya makin kompak dan memberikan edukasi ilmu kepada masyarakat awam yang tidak mengenalnya.

komunitas yang Gundam Bandung Advance (GBA), sebuah komunitas yang menjadi wadah bagi orang-orang yang mengoleksi Gundam kits. Berdiri sejak Oktober 2013 silam, komunitas tersebut berawal dari media sosial Facebook yang didirikan oleh segelintir orang.

Seiring dengan perjalanan komunitas tersebut, jumlah anggota pun kian bertambah hingga kini lebih dari 2ribu yang telah tercantum di akun Facebook Gundam Bandung Advance. Bahkan usia anggota GBA pun bervariasi, mulai dari 15 hingga 40 tahun berbaur untuk saling memamerkan koleksi Gundam masing-masing.

Selain mengoleksi robot Gundam, komunitas ini pun berkreasi merangkai sebuah robot serta kostum untuk menjadi sebuah Gundam. Pasalnya, jika tidak

biasa atau kurang mengetahui seluk beluk Gundam pasti akan kesulitan dan membutuhkan waktu lama saat merangkai bagian-bagian dari robot Gundam.

Sejak komunitas ini resmi terbentuk, mereka menjadi sering menggelar acara gathering. Di acara gathering ini selain menjadi ajang berkumpul dan silaturahmi juga menjadi ajang diskusi antara sesama anggota komunitas. Komunitas ini juga sering mengadakan beragam acara. Biasanya mereka menggelar pameran untuk menampilkan koleksi-koleksi robot Gundam milik para anggota komunitas.

Di antara para penggemar Gundam ternyata ada kompetisi yang digelar secara rutin Setiap tahun, misalnya Gundam Built World Championship (GBWC) yang panitianya langsung dari Jepang. Setiap Negara diminta untuk mengirimkan perwakilannya untuk kemudian dinilai robot-robot yang memenuhi kriteria sebagai pemenang.

KAFI atau Komunitas Action Figure Indonesia adalah komunitas action figure pertama di Indonesia. Tak hanya kolektor yang bergabung dalam komunitas ini, tapi pembuat dan penjualnya pun juga ikut bergabung.

Komunitas yang didirikan pada 8 April 2006 ini merupakan komunitas para pencinta, penggemar, kolektor, penjual, pembuat, dan para pemodifikasi (custom) action figures se-Indonesia. KAFI didirikan oleh Robby Whitebase, Mul Toyzcorner, Billy ToyzAholiC, Effendi, Ryo SFoI, Romy 1st floor, dan beberapa teman lainnya.

Sebagai komunitas action figure tertua di Indonesia, KAFI rajin membuat berbagai program atau pameran mainan secara teratur dan terjadwal. KAFI juga memiliki beberapa aktifitas rutin, di antaranya adalah Toys Attack, Toys Invasion, Toys Strikes, Year End Toys Attack, juga bazaar dan gathering. Member KAFI yang tercatat di milis sudah mencapai hampir 700 anggota, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

## **2.5 Kaitan Fenomenologi Dengan Judul**

**Fenomena komunitas gundam memang menjadi komunitas yang unik.** komunitas yang menjadi wadah bagi orang-orang yang mengoleksi Gundam kits ini menjadi fenomena karena memang menyita banyak perhatian masyarakat. Selain karena objeknya yang menarik, individu-individu didalamnya pun terdiri dari berbagai golongan usia, pekerjaan, bahkan jenis kelamin. Banyak yang beranggapan bahwa komunitas seperti ini tidak adanya nilai tambahnya sama sekali. Akan tetapi dengan kreatifitas yang ditonjolkan oleh para anggota komunitas, mereka mampu menjawab keraguan banyak pihak dengan menghasilkan karya seni yang bernilai jual tinggi.

Bukan hanya sebagai mainan, akan tetapi action figure yang satu ini memang mempunyai nilai jual yang sangat tinggi. Dari yang terendah bernilai jual sekitar Rp 80.000 samapi dengan yang termahal berkisar jutaan bahkan puluhan juta rupiah.

Dari kebanyakan anggotanya yang notabene sudah berusia diatas 25 tahun, mereka mengaku bahwa menyukai action figure gundam ini sudah sejak kecil, dan

baru ketika dewasa dan sudah bekerja baru mampu membeli model kit gundam yang mereka inginkan.