

Kajian Komunikasi dalam Sudut Pandang Studi Fenomenologi: Literatur Review

Communication Studies from the Point of View of Phenomenological Studies: Literature Review

Zidan Abid Maulana¹, Alief Budiyo²

¹⁻²UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia
E-mail: zydan.abid.m@gmail.com¹, alief@uinsaizu.ac.id²

Artikel Info

Diterima:
10 Juni 2024
Disetujui:
13 Juni 2024
Diterbitkan:
30 September 2024

Hal. 98-110

Kata Kunci:

Fenomenologi;
Komunikasi; Metode;
Sosial.

ABSTRAK

Artikel ini melakukan tinjauan literatur tentang penerapan pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi. Fenomenologi merupakan metode yang berfokus pada eksplorasi pengalaman subjektif individu dan bagaimana individu memaknai fenomena komunikasi yang mereka alami. Pendekatan ini menekankan pentingnya memahami konstruksi makna dari perspektif partisipan, serta konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi pemaknaan tersebut. Sejarah dan konsep dasar fenomenologi dibahas, termasuk pemikiran tokoh-tokoh seperti Edmund Husserl dan Alfred Schutz. Karakteristik utama penelitian fenomenologi seperti *bracketing*, fokus pada satu fenomena, sampel kecil, dan analisis tematik juga dipaparkan. Studi ini mengeksplorasi aplikasi fenomenologi dalam mengkaji aspek-aspek komunikasi seperti komunikasi organisasi, interpersonal, dan media. Pendekatan ini mampu memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana individu mengonstruksi makna dan merespons pesan komunikasi dalam konteks kehidupan sehari-hari. Fenomenologi juga dianggap bermanfaat dalam memahami pengalaman komunikasi yang terbentuk oleh perubahan sosial dan perkembangan teknologi terkini. Tinjauan ini menyimpulkan bahwa penelitian fenomenologi dalam komunikasi dapat berkontribusi signifikan dalam memperkaya pemahaman terhadap kompleksitas interaksi dan pengalaman komunikasi manusia secara holistik.

Keywords:

Fenomenology;
Communication;
Method; Social.

ABSTRACT

This article reviews the literature on the application of the phenomenological approach in communication studies. Phenomenology is a method that focuses on exploring individuals' subjective experiences and how individuals make meaning of the communication phenomena they experience. This approach emphasizes the importance of understanding the construction of meaning from the participants' perspective, as well as the social and cultural contexts that influence that meaning-making. The history and basic concepts of phenomenology are discussed, including the thoughts of thinkers such as Edmund Husserl and Alfred Schutz. Key characteristics of phenomenological research such as bracketing, focus on a single phenomenon, small sample, and thematic analysis are also outlined. The study explores the application of phenomenology in examining aspects of

communication such as organizational, interpersonal, and media communication. This approach is able to provide in-depth insights into how individuals construct meaning and respond to communication messages in the context of everyday life. Phenomenology is also considered useful in understanding communication experiences shaped by recent social changes and technological developments. The review concludes that phenomenological research in communication can contribute significantly to enriching our understanding of the complexities of human communication interactions and experiences holistically.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat saling bertukar informasi, ide, dan makna dalam rangka membangun hubungan serta memahami satu sama lain. Sebagai sebuah disiplin ilmu, kajian komunikasi terus berkembang dengan munculnya berbagai pendekatan dan metode untuk memahami fenomena komunikasi secara lebih mendalam. Paradigma penelitian komunikasi pun terus berkembang, berupaya untuk memahami fenomena komunikasi secara lebih mendalam. Dalam lanskap yang dinamis tersebut, pendekatan fenomenologi kian menarik perhatian (Syam et al., 2011).

Berbeda dengan pendekatan yang berfokus pada perilaku objektif atau efek komunikasi, fenomenologi menggali makna subjektif yang dialami individu dalam proses komunikasi. Pendekatan ini berasumsi bahwa pengalaman subjektif tersebutlah yang membentuk realitas komunikasi bagi setiap individu (Mulyana & Phd, 2022). Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan filosofis yang berusaha untuk memahami makna dari sebuah pengalaman hidup manusia secara mendalam.

Istilah fenomenologi berasal dari kata Yunani "phainomenon" yang berarti "apa yang menampakkan diri" dan "logos" yang berarti "studi" atau "pengetahuan". Fenomenologi tidak hanya mengkaji apa yang tampak, tetapi juga makna yang terkandung di dalamnya. Metode ini berupaya untuk mengungkap esensi dari sebuah fenomena melalui kesadaran subjektif individu yang mengalaminya (Adimassana, 2014).

Menurut Edmund Husserl, yang dikenal sebagai bapak fenomenologi, fenomenologi merupakan studi tentang fenomena sebagaimana fenomena itu menampakkan dirinya pada kesadaran manusia (Kamayanti, 2016). Husserl menekankan pentingnya pengesampingan semua penilaian, prasangka, dan asumsi awal tentang suatu fenomena untuk dapat memahami esensi murni dari pengalaman tersebut. Proses ini disebut dengan "epoche" atau "pemurungan" (Kamayanti, 2016).

Fenomenologi berusaha untuk menangkap makna esensial dari suatu pengalaman hidup dengan mempertimbangkan kesadaran subjektif individu yang mengalaminya. Dengan demikian, fenomenologi tidak hanya mempelajari gejala atau fenomena yang tampak, tetapi juga makna yang terkandung di dalamnya dari perspektif orang yang mengalaminya secara langsung (Rorong, 2020; Sobur, 2013). Pendekatan ini menekankan pada pentingnya memahami pengalaman hidup manusia secara utuh, baik dari segi fisik maupun psikologis, serta konteks sosial-budaya di mana pengalaman tersebut terjadi (Kamaluddin, 2022).

Latar belakang melakukan penelitian mengenai pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi didorong oleh beberapa faktor. Pertama, komunikasi pada hakikatnya bersifat personal. Pesan yang sama dapat dimaknai dan diinterpretasikan berbeda oleh setiap individu. Kedua, komunikasi tidak sekedar transfer informasi, namun melibatkan pengalaman bersama (*shared experience*) yang dikonstruksi oleh para partisipan. Ketiga, dunia kontemporer ditandai dengan perubahan sosial yang cepat dan pesat. Teknologi komunikasi digital yang terus berkembang menghadirkan berbagai bentuk interaksi manusia yang baru.

Pendekatan fenomenologi menawarkan perspektif yang berharga untuk memahami

bagaimana individu memaknai dan beradaptasi dengan realitas komunikasi yang terus berubah. Pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi merupakan pendekatan teoritis yang berfokus pada pengalaman subjektif individu dalam proses komunikasi. Fenomenologi menekankan pentingnya memahami bagaimana individu memberikan makna pada pengalaman komunikasi mereka, serta bagaimana konstruksi makna tersebut dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Dengan demikian, pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi menyoroti aspek-aspek kualitatif dari interaksi komunikatif, dengan menekankan interpretasi subjektif dan pengalaman personal dalam proses komunikasi (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Dalam konteks pendekatan fenomenologi, komunikasi dipahami sebagai proses yang terjadi secara subjektif dan dipengaruhi oleh interpretasi personal individu. Hal ini mengarah pada pengertian bahwa makna dalam komunikasi tidaklah statis atau objektif, melainkan tergantung pada perspektif dan pengalaman subjektif masing-masing individu. Dengan demikian, pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi menawarkan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana individu memahami dan merespons pesan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Pendekatan fenomenologi juga menyoroti pentingnya memperhatikan konteks dan pengalaman subjektif individu dalam memahami fenomena komunikasi. Ini berarti bahwa dalam menganalisis komunikasi, kita perlu mempertimbangkan tidak hanya apa yang dikatakan atau dilakukan oleh individu, tetapi juga bagaimana individu tersebut memaknai pengalaman komunikasi mereka dalam konteks kehidupan mereka. Dengan demikian, pendekatan fenomenologi menawarkan pendekatan yang lebih holistik dan terperinci dalam memahami dinamika komunikasi manusia (Hasbiansyah, 2008).

Secara lebih sederhana, pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi menawarkan pendekatan yang unik dan berharga dalam memahami kompleksitas interaksi manusia dalam konteks komunikasi. Dengan menempatkan pengalaman subjektif individu sebagai titik pusat analisis, pendekatan ini memungkinkan kita untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana makna dan pengalaman individu membentuk dan dipengaruhi oleh interaksi komunikatif. Oleh karena itu, penelitian yang menerapkan pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman kita tentang komunikasi manusia (Rahardjo, 2018).

Sejumlah kajian terdahulu telah mengeksplorasi penerapan metode fenomenologi dalam penelitian ilmiah. Salah satunya adalah studi yang dilakukan oleh Steeva dan Joubert yang mengkaji pendekatan fenomenologi secara mendalam. Berdasarkan hasil tinjauan literatur, kita dapat memahami bahwa penelitian fenomenologi merupakan bentuk penelitian kualitatif. Hal ini disebabkan sumber data yang diperoleh berasal dari kehidupan sosial-budaya masyarakat yang sifatnya tidak dapat diukur, dinilai, dan dianalisis secara statistik.

Munculnya metode penelitian kualitatif seperti fenomenologi merupakan respon terhadap keterbatasan penelitian kuantitatif dalam menjawab persoalan-persoalan yang kompleks di masyarakat modern. Penelitian kualitatif memungkinkan para ilmuwan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena sosial yang dikaji (Tumangkeng & Maramis, 2022). Studi lain yang dilakukan oleh Hasbiansyah yang meneliti tentang pendekatan fenomenologi kaitannya dalam praktik penelitian sosial, yang menjelaskan mengenai dengan cukup lengkap, mulai dari sejarah, definisi, prosedur dalam penelitian fenomenologi khususnya dalam konteks penelitian ilmu sosial (Hasbiansyah, 2008).

Studi-studi tersebut menunjukkan beragam aplikasi pendekatan fenomenologi dalam kajian komunikasi, yang memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman subjektif individu dalam berbagai konteks komunikatif. Meskipun telah banyak kajian yang memanfaatkan pendekatan fenomenologi, masih terdapat ruang untuk eksplorasi lebih lanjut. Salah satu alasannya adalah sifat fenomenologi itu sendiri yang menekankan singularitas pengalaman. Setiap pengalaman individu bersifat unik dan tidak dapat digeneralisasikan begitu saja. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi dalam komunikasi mengharuskan peneliti untuk menggali secara

mendalam pengalaman subjektif partisipan dalam konteks yang spesifik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, artinya data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar sehingga tidak ditekankan pada angka-angka. Setelah dianalisis, data yang terkumpul ditulis sedemikian rupa sehingga mudah dipahami orang lain (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang memanfaatkan konsep edisi terbatas Rucas.co untuk menghasilkan penjualan yang tinggi, cepat terjual, dan membangkitkan minat yang besar di antara banyak merek *fashion* yang ada di pasaran. Pendataan brand Rucas.id dilakukan melalui beberapa *website* resmi dan media sosial (Asmiati et al., 2021; Darmalaksana, 2020; Hardani et al., 2020; Moleong, 2021).

Pendekatan analisis yang menyeluruh dan sistematis digunakan untuk menelaah, mengenali, memproses, dan mengkaji berbagai dokumen guna memperoleh pemahaman mendalam tentang arti, nilai penting, serta keterkaitannya menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang ditujukan untuk mengeksplorasi, menemukan, memberikan gambaran, dan memaparkan berbagai fenomena sosial yang sifatnya tidak dapat dikuantifikasi atau diukur menggunakan pendekatan numerik (Yusanto, 2020). Penelitian kualitatif menghasilkan data yang bersifat deskriptif dengan mengobservasi perilaku manusia, baik yang terekspresikan secara verbal maupun tertulis (Asmiati et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Fenomenologi

Fenomenologi muncul pertama kali sebagai sebuah konsep pada 1764 melalui pemikiran J.H. Lambert dalam konteks Teori Kebenaran. Setahun kemudian, konsep ini mulai memasuki ranah filosofis dan dapat ditemukan dalam karya Immanuel Kant, yang kemudian disempurnakan definisi serta konstruksinya oleh Hegel. Dalam pandangan Hegel, fenomenologi merupakan kajian tentang pengetahuan yang terbentuk dalam kesadaran manusia-suatu disiplin yang menguraikan pemahaman individu melalui pengalaman dan kesadarannya (Hasbiansyah, 2008).

Edmund Husserl (1859-1938), yang kemudian dikenal sebagai Bapak Fenomenologi, mengembangkan fenomenologi secara mendalam sebagai kajian filosofis. Pemikirannya dipengaruhi oleh konsep *verstehen* dari Max Weber yang menekankan bahwa realitas perlu dipahami, bukan sekadar dijelaskan. Husserl meyakini bahwa fenomenologi mensyaratkan keterbukaan pikiran, di mana seorang fenomenolog harus mampu menerima realitas dengan berbagai kemungkinan maknanya tanpa prasangka atau penilaian (Hasbiansyah, 2008).

Perkembangan pemikiran fenomenologi berlanjut melalui kontribusi beberapa tokoh penting. Morleau-Ponty memandang manusia sebagai kesatuan fisik-nonfisik yang memaknai dunia, sekaligus dipengaruhi olehnya. Alfred Schutz menggarisbawahi bahwa pemaknaan berawal dari pengalaman inderawi yang awalnya tak bermakna, namun memperoleh makna saat terhubung dengan pengalaman terdahulu dan interaksi sosial, menghasilkan makna individual dan kolektif (Hasan, 2023).

Berger dan Luckmann memperkaya diskursus dengan pandangan bahwa realitas sosial merupakan konstruksi manusia yang bermula dari proses subjektif namun dapat bertransformasi menjadi objektif melalui pembiasaan antar aktor sosial. Mereka mengemukakan hubungan dialektis di mana masyarakat adalah produk manusia sekaligus produsen bagi manusia itu sendiri, menciptakan realitas objektif melalui proses yang melibatkan pengalaman dan peran individu (Hasbiansyah, 2008).

B. Konsep Fenomenologi

Fenomenologi mencakup berbagai pendekatan dalam ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan pemaknaan pengalaman subjek sebagai inti dalam memahami dinamika sosial. Ditinjau dari etimologinya, fenomenologi berakar dari kata *fenomenon* yang berbagi asal

kata dengan istilah seperti fantasi, fosfor, fantom, dan foto, semuanya berkaitan dengan konsep cahaya atau sinar. Pemaknaan ini berkembang menjadi konsep “terlihat” atau “tampak” karena hadirnya cahaya. Dengan demikian, fenomenon dapat dipahami sebagai sesuatu yang menjadi nyata atau terlihat karena pancaran cahaya, yang juga dikenal sebagai gejala. Dalam diskursus yang lebih mendalam, fenomenologi berkaitan dengan manifestasi pengalaman dan sering dikaitkan dengan dikotomi *phenomenon-noumeneon*-membedakan antara yang kasat mata (*phenomenon*) dan yang tak kasat mata (*noumenon*) (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Sebagai sebuah metode penelitian, fenomenologi menyediakan kerangka kerja bagi peneliti untuk menggali dan memahami pengalaman manusia terkait suatu fenomena tertentu. Metodologi ini mengharuskan peneliti untuk terjun langsung dan berinteraksi secara intensif dalam durasi yang memadai dengan subjek penelitian atau narasumber, guna mengungkap pola-pola keterkaitan antar makna. Karakteristik khas penelitian fenomenologi terletak pada analisis pengalaman yang mendalam. Dalam pengungkapannya, metode ini mengutamakan penggunaan bahasa yang konkret dan sehari-hari, menghindari terminologi teknis yang rumit, sehingga dapat menggambarkan pengalaman dengan lebih otentik (Sobur, 2013).

C. Definisi Fenomenologi

Fenomenologi merupakan pendekatan filosofis yang mengkaji esensi pengalaman dan kesadaran manusia. Berasal dari bahasa Yunani, term ini menggabungkan *phainomenon* (yang menampakkan diri) dan *logos* (ilmu), sehingga dapat dipahami sebagai studi sistematis tentang fenomena yang hadir dalam kesadaran manusia. Lebih dari sekadar metode berpikir, fenomenologi menjadi sarana perolehan dan pengembangan pengetahuan melalui tahapan yang logis, kritis, dan bebas prasangka. Fondasi fenomenologi bertumpu pada beberapa konsep kunci: fenomena, *epoche* (penangguhan penilaian), konstitusi (pembentukan makna), kesadaran, dan reduksi (pemusatan perhatian) (Hasan, 2023).

Pendekatan ini menekankan pemahaman mendalam tentang realitas yang hadir dalam kesadaran dan keterkaitannya dengan individu dalam konteks tertentu. Para penganut fenomenologi meyakini bahwa kesadaran manusia terbentuk secara sadar dan terstruktur, bukan secara kebetulan. Fenomenologi menempati posisi unik di antara realisme dan idealisme. Di satu sisi, mengakui eksistensi dunia objektif yang independen dari pikiran manusia, namun juga menegaskan bahwa realitas terbentuk melalui proses aktif dalam kesadaran. Meskipun awalnya berada di tengah spektrum ini, perkembangan pemikiran Husserl sebagai tokoh utama fenomenologi kemudian condong ke idealisme, sementara para penerusnya lebih mengarah ke *realism* (Nuryana et al., 2019).

Esensi fenomenologi terletak pada upayanya mengungkap makna dari pengalaman individual. Pemaknaan tersebut bergantung pada relasi antara subjek dengan fenomena yang dialaminya. Fenomenologi mengajak kita untuk membiarkan realitas hadir dan mengungkapkan dirinya secara alamiah. Makna muncul melalui dua jalur: pertama, dengan membiarkan realitas mengungkapkan dirinya sendiri, dan kedua, melalui interaksi dinamis antara subjek dengan pengalamannya. Melalui pendekatan ini, fenomenologi berupaya mengungkap esensi terdalam dari pengalaman manusia (Nuryana et al., 2019).

Fenomenologi memiliki karakter unik dalam mengeksplorasi dimensi makna dari pengalaman personal manusia. Setiap pemaknaan terhadap suatu fenomena terbentuk melalui relasi khusus antara individu dengan fenomena tersebut. Dalam konteks ini, fenomenologi memusatkan perhatian pada bagaimana suatu objek, kejadian, atau situasi hadir dalam kesadaran dan persepsi individu. Landasan pengetahuan dalam fenomenologi berakar pada pengalaman yang termanifestasi dalam kesadaran perseptual.

Metodologi fenomenologi mengadopsi pendekatan yang memberi ruang bagi fenomena untuk mengungkapkan dirinya secara natural. Proses pemaknaan dalam fenomenologi berlangsung melalui dua dimensi yang saling melengkapi: pertama, melalui keterbukaan terhadap realitas yang mengungkapkan dirinya secara spontan, dan kedua, melalui dialog aktif

antara subjek dengan fenomena yang dialaminya. Pendekatan ini memungkinkan fenomenologi untuk menguak lapisan terdalam dari esensi pengalaman manusia (Rahardjo, 2018).

D. Fenomenologi dalam Sudut Pandang Edmund Husserl

Edmund Husserl, yang dikenal sebagai perintis fenomenologi, memandang pendekatan ini sebagai metode reflektif yang mengkaji kesadaran dari perspektif personal atau *first-person experience*. Dalam pandangannya, fenomenologi berperan sebagai instrumen untuk memetakan spektrum pengalaman manusia yang mencakup dimensi kognitif, imajinatif, emosional, dan aspek-aspek hasrat manusiawi lainnya. Husserl mengembangkan konsep ini lebih jauh dengan menegaskan bahwa fenomenologi mengurai kompleksitas dunia kehidupan manusia dalam tiga dimensi yang saling terjalin: pengalaman subjektif individu, realitas objektif yang terverifikasi, serta pengalaman intersubjektif yang terbentuk melalui interaksi dengan sesama manusia (Hasbiansyah, 2008).

Dalam kajian fenomenologis, Husserl dan Schutz mengidentifikasi adanya kekosongan fundamental dalam pendekatan ilmiah konvensional, terutama dalam penelitian yang berkaitan dengan dimensi sejarah, sistem kepercayaan, dan dinamika kebudayaan. Husserl mengemukakan bahwa manusia memiliki *natural attitude*-suatu kecenderungan bawaan untuk menerima eksistensi dunia sebagaimana yang teramati. Namun, untuk mencapai pemahaman fenomenologis yang mendalam, diperlukan suatu proses yang dikenal sebagai reduksi transendental atau *epoche*, di mana peneliti menanggalkan asumsi-asumsi tentang eksistensi dunia (Hasbiansyah, 2008).

Konsep reduksi ini menghadirkan dimensi baru dalam metodologi penelitian, di mana peneliti melakukan penangguhan penilaian terhadap realitas dunia. Kemunculan berbagai krisis dalam paradigma positivistik mendorong berkembangnya “Fenomenologi Transendental”. Husserl menegaskan bahwa sumber validitas ilmiah tidak terletak pada logika deduktif semata, melainkan pada observasi langsung terhadap realitas kehidupan (*life-world/the world of common experience/lived experience*)-suatu konsep yang kemudian dipertegas oleh Schutz sebagai *World of daily life* (Hasbiansyah, 2008).

Husserl mengembangkan tiga bentuk reduksi fenomenologis sebagai metodologi sistematis untuk memahami esensi sejati dari suatu objek kajian:

1. Reduksi fenomenologis berfokus pada proses penyaringan pengalaman awal pengamatan. Metodologi ini mengharuskan peneliti untuk menanggalkan pengalaman inderawi dan subjektif pribadinya, sehingga pemahaman terhadap objek dapat terbebas dari berbagai bias - baik itu prasangka, praanggapan, prateori, maupun prakonsepsi yang berasal dari tradisi atau sistem kepercayaan tertentu.
2. Reduksi eidetis merupakan tahapan untuk mengungkap esensi (*eidosis*) yang tersembunyi di balik fenomena. Berbeda dengan reduksi pertama yang bersifat eliminatif, reduksi ini bertujuan untuk mengisolasi hakikat fundamental dari suatu fenomena, melampaui aspek-aspek yang bersifat aksidental atau sekadar imajinatif.
3. Reduksi transendental membawa dimensi baru dengan berfokus pada subjek itu sendiri, berbeda dari dua reduksi sebelumnya yang lebih menekankan relasi subjek-objek. Dalam tahapan ini, subjek empiris “dikurung” untuk mencapai kesadaran murni atau subjek sejati. Sebagai ilustrasi, ketika seseorang yang menerima pukulan secara sadar memilih untuk tidak membalas bukan karena dorongan eksternal seperti rasa takut, ancaman, atau belas kasihan, namun karena telah mencapai tingkat kesadaran yang melampaui respons instingtif, maka ia telah berhasil mencapai tahap reduksi transendental.

E. Fenomenologi dalam Sudut Pandang Alfred Schutz

Dalam perkembangan metodologi penelitian kualitatif, khususnya dalam ranah fenomenologi, kontribusi Alfred Schutz mendapat pengakuan khusus dari Ritzer dan Goodman. Mereka mengidentifikasi dua aspek fundamental yang menjadikan pemikiran Schutz sebagai

rujukan penting: pertama, kemampuannya yang luar biasa dalam mentransformasikan konsep-konsep abstrak Edmund Husserl menjadi kerangka pemikiran yang lebih konkret dan mudah diaplikasikan dalam penelitian empiris. Kedua, posisinya sebagai pionir yang berhasil mengintegrasikan pendekatan fenomenologis ke dalam metodologi penelitian ilmu sosial, membuka jalan bagi generasi peneliti berikutnya untuk mengeksplorasi dimensi-dimensi baru dalam pemahaman realitas sosial (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Fondasi pemikiran Schutz dibangun di atas premis bahwa inti dari penelitian ilmu sosial terletak pada interpretasi terhadap realitas yang kompleks dan multidimensional. Dalam perspektifnya, tugas utama peneliti sosial adalah menguraikan dan menjelaskan proses interpretasi ini secara sistematis dan ilmiah. Untuk mencapai pemahaman yang mendalam, peneliti dituntut untuk mengadopsi metode interpretasi yang selaras dengan subjek penelitiannya, menciptakan jembatan pemahaman antara dunia peneliti dan dunia subjek.

Dalam implementasi praktisnya, peneliti harus mampu memposisikan diri secara strategis, melibatkan diri secara kognitif sambil mempertahankan objektivitas emosional untuk menciptakan atmosfer penelitian yang memungkinkan subjek mengekspresikan diri mereka secara natural dan autentik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengakses dan memahami dunia makna subjek penelitian secara lebih mendalam dan komprehensif (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Perhatian utama Schutz tertuju pada kompleksitas dinamika pemahaman kesadaran antarmanusia dalam konteks kesadaran individual yang terus berkembang. Dalam pandangannya, proses pemaknaan tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan terbentuk melalui jaringan interaksi sosial yang berkelanjutan dan dinamis, di mana setiap individu secara aktif membangun dan mengembangkan pemahaman tentang dirinya dan dunia sekitarnya. Schutz menekankan bahwa dimensi sosial dari suatu tindakan muncul ketika individu tidak hanya memberikan makna personal pada tindakannya, tetapi juga ketika makna tersebut dapat dipahami dan merespon oleh orang lain dalam konteks sosial yang lebih luas. Dalam kerangka fenomenologis ini, setiap tindakan manusia selalu memiliki keterkaitan erat dengan motif yang mendasarinya, yang kemudian diidentifikasi sebagai *in order to motive*, suatu konsep yang menjadi salah satu kontribusi penting Schutz dalam pemahaman tindakan sosial (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Lebih jauh lagi, Schutz memperkaya pemahaman tentang motivasi tindakan manusia dengan mengembangkan konsep *because of motive* sebagai instrumen analitis untuk memahami lapisan terdalam dari motif yang mendasari tindakan individual. Dalam elaborasi konseptualnya, Schutz menegaskan bahwa tindakan manusia bukanlah hasil dari proses yang sederhana dan linear, melainkan merupakan kulminasi dari serangkaian evaluasi kompleks yang melibatkan berbagai pertimbangan mulai dari aspek sosial, ekonomi, dan budaya, hingga sistem nilai dan norma religius yang semuanya diolah dan diintegrasikan sesuai dengan kapasitas dan pemahaman individual. Dalam pandangan Schutz, *because motive* selalu mendahului dan membentuk fondasi bagi *in order to motive*, menciptakan suatu alur kausal di mana aktor sosial mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan serangkaian tujuan yang telah melalui proses evaluasi nilai yang mendalam.

Dengan demikian, melalui elaborasi pemikirannya yang komprehensif, Schutz berhasil membangun suatu kerangka pemahaman yang holistik tentang tindakan sosial manusia. Dalam kerangka ini, setiap aksi sosial tidak dapat dipahami sebagai fenomena yang terisolasi, melainkan harus dilihat sebagai hasil dari proses yang kompleks di mana motif latar belakang (*because motive*) yang terbentuk melalui serangkaian evaluasi multidimensional yang melibatkan berbagai aspek kehidupan sosial berperan sebagai fondasi yang mendasari dan membentuk tindakan yang berorientasi tujuan (*in order to motive*). Proses ini kemudian bermuara pada pilihan-pilihan tindakan yang dianggap optimal untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam konteks sosial yang lebih luas (Tumangkeng & Maramis, 2022).

F. Karakter Penelitian Fenomenologi

Pendekatan fenomenologi memiliki dua aspek fundamental yang menjadi ciri khasnya dalam mengkaji fenomena keagamaan. Karakteristik pertama menempatkan fenomenologi sebagai suatu metodologi yang memungkinkan peneliti memahami keyakinan religius orang lain dengan cara yang objektif dan tidak bias. Dalam prosesnya, peneliti berupaya merekonstruksi pengalaman keagamaan subjek penelitian dengan menggunakan sudut pandang dan preferensi mereka sendiri. Hal ini mengharuskan peneliti untuk mengesampingkan perspektif pribadinya dan berusaha menyelami serta memahami pengalaman keagamaan orang lain secara mendalam. Pendekatan ini menjadi sangat krusial dalam studi Islam karena mampu mengeliminasi sikap antipati, amarah, kebencian, atau bias kepentingan dalam proses penelitian (Subandi, 2009).

Fenomenologi telah membuka jalan bagi pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman keislaman, baik dalam konteks yang luas maupun spesifik. Kontribusi signifikan dari pendekatan ini terletak pada penggunaan standar penilaian yang berbasis pada pengalaman para pemeluk agama itu sendiri. Fokus utamanya adalah pada realitas yang dialami, dirasakan, diucapkan, dan dilakukan oleh penganut agama, serta bagaimana mereka memaknai pengalaman tersebut. Keabsahan studi fenomenologi terletak pada kemampuannya menjelaskan makna dari berbagai praktik keagamaan seperti upacara, ritual, seremonial, doktrin, serta interaksi sosial dari perspektif pelaku keagamaan itu sendiri (Sholeh, 2016).

Karakteristik kedua dari pendekatan fenomenologi berkaitan dengan upaya mengembangkan sistem klasifikasi yang sistematis untuk mengategorikan berbagai fenomena dalam masyarakat yang religius dan berbudaya. Setelah mengumpulkan data yang komprehensif, para peneliti fenomenologi bertugas untuk mengidentifikasi kategori-kategori yang dapat menunjukkan pola-pola kesamaan dalam kelompok yang diteliti. Proses ini pada dasarnya merupakan upaya untuk mengungkap struktur-struktur mendasar dalam pengalaman keagamaan, dengan tujuan menemukan prinsip-prinsip universal yang membentuk keberagaman manusia secara holistik (Nuryana et al., 2019).

Dalam implementasi metode fenomenologi sebagai pendekatan penelitian, terdapat beberapa karakteristik khas yang umumnya dapat diidentifikasi. Pertama, penelitian fenomenologi senantiasa diawali dengan pembahasan mendalam yang berupaya mengintegrasikan studi dengan landasan filosofisnya. Hal ini menjadi fondasi penting yang mengarahkan keseluruhan proses penelitian. Karakteristik kedua berkaitan dengan konsep bracketing atau pengurangan asumsi. Mengingat tujuan utama fenomenologi adalah mengamati dan memahami fenomena sebagaimana adanya, peneliti dituntut untuk mengidentifikasi dan kemudian menangguk sementara segala prasangka dan asumsi pribadi yang dimilikinya terkait fenomena yang sedang diteliti. Proses ini esensial untuk mencapai objektivitas dalam penelitian (Rorong, 2020).

Aspek ketiga yang menjadi ciri khas adalah fokus penelitian yang spesifik pada satu fenomena utama. Peneliti berkonsentrasi pada pengalaman subjek penelitian mengenai fenomena tertentu yang dieksplorasi melalui interaksi mendalam dengan narasumber. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara menyeluruh berbagai dimensi dari fenomena yang diteliti. Karakteristik keempat terkait dengan ukuran sampel yang relatif kecil. Mengingat sifat penelitian fenomenologi yang mendalam dan intensif dalam mengeksplorasi pengalaman narasumber, jumlah subjek penelitian umumnya dibatasi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk melakukan penggalian data yang lebih mendalam dan komprehensif dari setiap partisipan (Sobur, 2013).

Terakhir, karakteristik kelima berhubungan dengan tujuan akhir analisis data. Dalam penelitian fenomenologi, analisis diarahkan untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan terperinci yang secara akurat mencerminkan pengalaman para narasumber. Untuk mencapai hal ini, data yang terkumpul biasanya diorganisasi dan dikategorikan ke dalam tema-tema yang relevan, memungkinkan pemahaman yang lebih terstruktur dan bermakna terhadap fenomena yang diteliti (Zidan, 2023).

G. Konstruksi Fenomenologi dalam Komunikasi

Menurut Weber, Konstruksi fenomenologi dalam konteks komunikasi dapat dipahami melalui beberapa perspektif teoretis yang saling berkaitan. Weber menggarisbawahi bahwa sebuah tindakan dapat dikategorikan sebagai tindakan sosial ketika tindakan tersebut mempertimbangkan dan berorientasi pada perilaku orang lain, mengandung makna subjektif bagi pelakunya. Berger kemudian memperkuat pemahaman ini dengan menyatakan bahwa realitas sosial memiliki eksistensi mandiri, dengan struktur yang bergantung pada manusia sebagai subjeknya. Luckmann menambahkan dimensi temporal dengan menjelaskan bahwa manusia dalam kehidupannya mengembangkan pola perilaku berulang yang kemudian membentuk apa yang disebut sebagai “kebiasaan” (Toni & Lestari, 2017).

Dalam perspektif konstruksionis, konstruksi sosial dipahami sebagai sesuatu yang memiliki sifat jamak dan terus bergerak dinamis. Berger secara khusus menekankan bahwa dalam konteks media dan komunikasi, teks media tidak dapat diperlakukan sebagai cerminan langsung dari realitas, melainkan harus dipandang sebagai hasil konstruksi atas realitas tersebut. Ini mengindikasikan bahwa teks komunikasi, dalam pengertian yang luas, bukanlah representasi langsung dari peristiwa atau fakta riil, melainkan hasil konstruksi yang dilakukan oleh berbagai pihak dalam bentuk konten media (Toni & Lestari, 2017).

Fakta dalam teks komunikasi merupakan ekspresi yang digunakan untuk memahami dan membangun realitas dalam konstruksi media. Media komunikasi sendiri dipandang sebagai entitas yang mengonstruksi realitas secara subjektif, di mana realitas dihadirkan melalui konsepsi para pelaku media. Realitas media dibentuk oleh pandangan kelompok tertentu, termasuk kepentingan institusi media yang secara sadar dan sengaja menghadirkan agenda-agenda tertentu. Pada dasarnya, fakta atau realitas adalah konstruksi atas realitas itu sendiri, dengan nilai kebenaran yang relatif dan perlu dipandang dari berbagai perspektif (Mulyana & Phd, 2022).

Pandangan konstruksionis menempatkan media sebagai agen konstruksi realitas, bukan sekadar saluran netral penyampai informasi. Media dipandang sebagai subjek yang secara aktif mengonstruksi realitas dengan berbagai bias dan keberpihakannya. Dalam konteks ini, media berperan sebagai agen yang memberikan penafsiran atas realitas berdasarkan perspektif para pelakunya. Teks media bukanlah sekadar cerminan realitas, melainkan hasil konstruksi yang disengaja dan dibentuk oleh berbagai aturan yang melingkupinya. (Syuhada, 2018).

Di sisi lain, perspektif konstruksionis juga memberikan pandangan unik tentang khalayak media, memandang mereka sebagai individu yang memiliki kemampuan menafsirkan teks media secara beragam. Keberagaman interpretasi ini menjadikan khalayak sebagai entitas yang aktif dan dinamis dalam memaknai pesan. Makna dalam teks media tidak bersifat tunggal, melainkan terbuka terhadap berbagai kemungkinan interpretasi (polisemi). Makna diciptakan dan dihadirkan oleh individu yang berinteraksi dengan media dan mengonsumsi teks media tersebut, menghasilkan beragam interpretasi di antara para konsumen media terhadap teks yang sama (Toni & Lestari, 2017).

H. Pendekatan Fenomenologi dalam Perspektif Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, pendekatan fenomenologi menawarkan perspektif yang unik dalam memahami realitas sosial. Kesepakatan kolektif tentang dunia yang kita pahami bersama merupakan hasil dari proses penalaran ilmiah yang melibatkan pengalaman empiris dan interpretasi subjektif para aktor sosial dalam mengonstruksi makna tentang dunia tersebut. Fenomenologi memusatkan perhatiannya pada fenomena realitas sosial yang terbentuk sebagai respons terhadap stimulus media, pengalaman hidup, dan akumulasi pengetahuan manusia. Pemahaman tentang realitas yang terbentuk sebagai dampak dari paparan media kemudian termanifestasi dalam berbagai bentuk perilaku, tindakan, sikap, dan pola pikir manusia, yang semuanya dibentuk oleh berbagai faktor kontekstual seperti latar belakang pendidikan, kondisi ekonomi, nilai-nilai sosial, regulasi yang berlaku, hingga sistem kepercayaan yang dianut (Hasan, 2023).

Dalam penelitian fenomenologi, individu memiliki posisi ganda sebagai subjek sekaligus objek penelitian, di mana mereka berperan sebagai aktor yang berkontribusi dalam mengonstruksi makna atas tindakan mereka sendiri. Proses pemaknaan ini lebih menekankan pada interpretasi terhadap kehidupan yang dijalani oleh aktor dalam konteks aktivitas sehari-hari mereka. Konstruksi makna terbentuk melalui proses intersubjektivitas yang melibatkan tindakan dan perilaku aktor individu dalam perannya sebagai subjek dan objek penelitian. Hal ini mengindikasikan bahwa tindakan manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari berbagai faktor yang mempengaruhinya, termasuk kondisi personal, aspek psikologis, dan situasi kontekstual yang sedang dialami. Makna yang terkonstruksi merupakan hasil dari interaksi kompleks antara individu dengan berbagai elemen eksternal, termasuk orang lain, lingkungan, media, nilai-nilai, serta berbagai aktivitas yang membentuk keseharian mereka (Toni & Lestari, 2017).

Media memainkan peran krusial dalam proses pemaknaan ini dengan bertindak sebagai sistem relevansi dalam interaksi manusia. Media tidak hanya berperan sebagai sumber pengalaman, pendidikan, dan pengetahuan, tetapi juga menjadi katalis dalam proses konstruksi pemahaman manusia. Terdapat hubungan kausal dan relevansi yang erat antara pengetahuan, media, dan pemahaman terhadap konten yang disampaikan media. Sebagai contoh, televisi dengan karakteristik audio-visualnya mampu mengonstruksi realitas melalui relevansi sosial antara teks media dengan tindakan manusia dalam realitas nyata. Kondisi ini menempatkan peneliti pada posisi di mana mereka harus melakukan pengamatan dan observasi yang mencakup aspek kognitif dari aktor penelitian (Hasan, 2023).

Model konstruksi makna dalam penelitian fenomenologi dikembangkan melalui tiga tahapan yang saling berkaitan. Tahap pertama melibatkan pengumpulan data melalui pengamatan terhadap aktor-aktor yang terlibat dalam fenomena yang sejenis, menggunakan metode seperti observasi partisipan dan diskusi kelompok terarah. Data yang terkumpul ini kemudian diolah sebagai konstruksi makna tingkat pertama. Pada tahap kedua, dilakukan proses sortir dan kategorisasi data berdasarkan tipologi yang sejenis, mencakup hasil wawancara, pengamatan, dan observasi partisipan. Kategorisasi ini berfungsi untuk membangun konstruksi makna pada tahap pemetaan data sebagai bentuk kesimpulan sementara, di mana peneliti diberikan kewenangan untuk memberikan pelabelan terhadap tipe-tipe yang ditemukan berdasarkan data yang ada. Tahap ketiga merupakan proses verifikasi atau penyesuaian antara konstruksi tingkat kedua dengan realitas yang dialami oleh aktor penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan konfirmasi konstruksi makna yang telah dilabelkan kepada subjek yang diamati gejalanya, seringkali melalui proses yang kompleks di mana hasil konstruksi pada tahap sebelumnya menjadi wacana yang didialogkan dengan para aktor yang mengalami fenomena sosial terkait media (Toni & Lestari, 2017)

Dalam proses konstruksi makna pada penelitian fenomenologi, seringkali muncul kompleksitas yang berasal dari upaya peneliti dalam memberikan label atau tipikasi terhadap fenomena yang diamati. Kompleksitas ini dapat menimbulkan resistensi atau penolakan dari para aktor penelitian yang menjadi subjek pengamatan. Situasi ini menciptakan dinamika interaksi yang menarik, di mana terjadi proses negosiasi antara peneliti dengan subjek penelitiannya. Meskipun demikian, berdasarkan berbagai pengalaman dalam penelitian fenomenologi, cukup banyak aktor penelitian yang justru menunjukkan respon positif dan merasa bangga dengan label yang diberikan oleh peneliti kepada mereka. Hal ini menunjukkan bahwa proses pelabelan tidak selalu menghasilkan konflik, tetapi juga dapat menciptakan resonansi positif antara peneliti dan subjek penelitiannya (Subandi, 2009).

Dalam menghadapi kompleksitas pada konstruksi makna tingkat ketiga, terdapat dua pendekatan logika yang dapat diterapkan. Pendekatan pertama adalah logika penolakan, yang mengakui kemungkinan terjadinya resistensi terhadap konstruksi makna yang diusulkan. Dalam situasi ini, proses negosiasi antara peneliti dan aktor penelitian harus didasarkan pada prinsip etika dan kesetaraan. Peneliti tidak dapat memaksakan tipikasi atau label yang tidak diterima

oleh aktor penelitian. Sebagai solusi, peneliti dapat menawarkan beberapa alternatif label yang dapat didiskusikan bersama, disertai dengan penjelasan komprehensif mengenai maksud, tujuan, dan makna dari tipikasi tersebut. Proses ini bertujuan untuk mencapai kesepakatan yang dapat diterima oleh kedua belah pihak, dengan tetap menghormati perspektif dan pandangan dari aktor penelitian (Subandi, 2009).

Pendekatan kedua adalah logika kompromi, yang menekankan pentingnya membangun hubungan yang konstruktif antara peneliti dan subjek penelitian. Keberhasilan dalam mencapai kompromi pada tahap penyesuaian konstruksi makna sangat bergantung pada kemampuan peneliti untuk membangun rapport yang baik dengan aktor penelitian. Hal ini dapat dicapai melalui pengembangan hubungan yang akrab, intim, dan terpercaya, serta menunjukkan kompetensi dalam bidang yang diteliti. Peneliti perlu memosisikan diri sebagai partisipan yang terintegrasi dengan fenomena yang sedang diamati, bukan sekadar pengamat eksternal. Pengalaman menunjukkan bahwa ketika terjalin hubungan yang baik antara peneliti dan aktor penelitian, proses pelabelan atau tipikasi justru dapat diterima dengan antusias dan kebanggaan oleh para subjek penelitian. Kondisi ini menciptakan situasi yang ideal di mana konstruksi makna dapat terbentuk melalui proses yang kolaboratif dan saling menguntungkan antara peneliti dan subjek penelitiannya (Toni & Lestari, 2017).

Dalam konteks penelitian fenomenologi yang melibatkan analisis media dan konstruksi realitas komunikasi, proses pengumpulan data dapat dilakukan melalui dua pendekatan metodologis yang berbeda namun saling melengkapi: metode direct (langsung) dan metode natural (alamiah). Kedua metode ini menawarkan cara yang berbeda dalam mengumpulkan dan menganalisis data penelitian, masing-masing dengan karakteristik dan keunggulannya sendiri. Metode direct, yang merupakan pendekatan pengumpulan data terstruktur dan direncanakan, dilaksanakan melalui tiga tahapan yang sistematis (Tumangkeng & Maramis, 2022).

Tahapan pertama adalah *interview* formal, di mana peneliti melakukan wawancara terencana dengan jadwal yang telah ditentukan dan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan secara matang untuk mengeksplorasi fenomena yang diteliti. Tahapan kedua melibatkan pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD), sebuah metode yang mengumpulkan para aktor yang menjadi subjek pengamatan dalam satu forum diskusi untuk membahas fenomena yang mereka alami, dengan tujuan menghasilkan kesimpulan yang mencerminkan aspek kelembagaan dari fenomena tersebut. Tahapan ketiga menggunakan instrumen kuesioner yang dirancang secara strategis untuk mengarahkan penelitian pada pemahaman yang lebih mendalam tentang permasalahan yang sedang diamati (Hasan, 2023).

Di sisi lain, metode natural menawarkan pendekatan yang lebih organik dan spontan dalam pengumpulan data, dengan mengedepankan prinsip kealamihan dalam proses penelitian. Metode ini juga terdiri dari tiga tahapan yang saling berkaitan. Tahapan pertama adalah observasi partisipan, di mana peneliti terlibat langsung dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan para aktor yang menjadi subjek penelitian, memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks dan dinamika fenomena yang diamati. Tahapan kedua melibatkan observasi etnografi, yang menekankan pada pemahaman mendalam tentang aspek-aspek kultural yang melingkupi para aktor penelitian, termasuk analisis terhadap kebiasaan, norma, nilai, dan berbagai elemen budaya yang mempengaruhi perilaku mereka. Tahapan ketiga dilakukan melalui *interview* informal, yang berlangsung secara spontan dan tidak terstruktur, memanfaatkan momen-momen natural dalam interaksi dengan subjek penelitian untuk mendapatkan data yang lebih otentik dan tidak terkondisikan (Hasan, 2023).

Kedua metode ini menyediakan pilihan yang fleksibel bagi peneliti dalam mengumpulkan data penelitian yang berkaitan dengan tayangan media. Pemilihan metode dapat disesuaikan dengan konteks penelitian, karakteristik subjek yang diteliti, serta tujuan spesifik dari penelitian. Pendekatan direct mungkin lebih sesuai untuk situasi yang membutuhkan data terstruktur dan terorganisir, sementara metode natural dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika sosial dan kultural yang tidak mudah tertangkap melalui pendekatan

terstruktur. Kombinasi kedua metode ini juga dimungkinkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti, memungkinkan triangulasi data yang dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Fenomenologi, sebagai metode kualitatif, menekankan pada eksplorasi pengalaman subjektif individu serta bagaimana mereka memaknai fenomena komunikasi yang dialami. Pendekatan ini menggarisbawahi pentingnya memahami makna dari sudut pandang partisipan, mencakup aspek sosial dan budaya yang memengaruhi interpretasi tersebut. Edmund Husserl, sebagai bapak fenomenologi, mengembangkan metode ini untuk menangkap esensi pengalaman manusia melalui pemurnian asumsi dan fokus pada kesadaran.

Dalam kajian ini, fenomenologi tidak hanya membahas apa yang terlihat, tetapi juga menggali makna yang mendalam di balik setiap interaksi komunikasi. Artikel ini menyoroti tokoh-tokoh seperti Alfred Schutz yang mengintegrasikan fenomenologi ke dalam penelitian ilmu sosial, dan Maurice Merleau-Ponty yang memperluas konsep fenomenologi pada keterkaitan manusia dengan dunia fisik dan non-fisik. Studi fenomenologi dalam komunikasi terbukti efektif untuk mengeksplorasi bagaimana individu merespons pesan, membentuk pemaknaan, dan berinteraksi dalam konteks sosial yang dinamis.

Pendekatan fenomenologi dalam penelitian komunikasi menuntut penggunaan metode kualitatif yang intensif dan mendalam, seperti *bracketing*, observasi, dan analisis tematik, untuk memahami pengalaman personal dan konteks sosial yang melingkupinya. Hal ini memungkinkan peneliti menggali berbagai dimensi makna dan respons individu secara komprehensif. Sifat fenomenologi yang berfokus pada pemaknaan unik individu menjadikannya sangat relevan untuk mempelajari kompleksitas komunikasi, khususnya di era modern yang dipengaruhi teknologi dan perubahan sosial.

Secara keseluruhan, fenomenologi dalam kajian komunikasi memberikan kontribusi signifikan dalam memahami interaksi manusia secara holistik. Penelitian dengan pendekatan ini memperkaya wawasan tentang dinamika komunikasi yang melibatkan aspek personal dan sosial. Pendekatan fenomenologi menegaskan bahwa makna dalam komunikasi tidak bersifat statis, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman subjektif dan konteks partisipan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam dan bermanfaat untuk analisis komunikasi modern.

REFERENSI

- Asmiati, L., Pratiwi, I. A., & Fardhani, M. A. (2021). Dampak Penggunaan Game Online Terhadap Kemampuan Berkomunikasi Anak. *Jurnal Ilmiah P2M STKIP Siliwangi*, 8(1), 37–45.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Hardani, Hikmatul, A. N., Ardiani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue April).
- Hasan, P. (2023). MENYOAL PENELITIAN FENOMENOLOGIS: Kerangka Filosofis, Konsepsi dan Desain. *Edusifa: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(1), 37–51.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan fenomenologi: Pengantar praktik penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180.
- Kamaluddin, A. (2022). *KONTRIBUSI REGULASI EMOSI QUR'ANI DALAM MEMBENTUK PERILAKU POSITIF: STUDI FENOMENOLOGI KOMUNITAS PUNK TASAWUF UNDERGROUND*. Cipta Media Nusantara.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D., & Phd, M. A. (2022). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi. *Ensains Journal*, 2(1), 19–24.
- Rahardjo, M. (2018). *Studi Fenomenologi Itu Apa?*

- Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Deepublish.
- Sholeh, F. (2016). Penerapan Pendekatan Fenomenologi Dalam Studi Agama Islam. *Qolamuna: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 349–360.
- Sobur, A. (2013). *Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Subandi, M. A. (2009). *Psikologi dzikir: Studi fenomenologi pengalaman transformasi religius*. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (23rd ed.). ALFABETA.
- Syam, H. M., Anisah, N., Saleh, R., Usman, A. R., & Khairani, D. (2011). *Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Syuhada, K. D. (2018). Etika media di era “post-truth.” *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(1), 8.
- Toni, A., & Lestari, R. (2017). Paradigmatis Fenomenologi dalam Ilmu Komunikasi (Studi Konstruksi Makna Realitas Media dan Komunikasi). *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 7(1).
- Tumangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). Kajian Pendekatan Fenomenologi: Literature Review. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1), 14–32.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1).
- Zidan, A. M. (2023). *Pengalaman Keagamaan dalam Membangun Ketenangan Jiwa Santri Pengamal Ijazah Manakib (Studi Fenomenologi di Pondok Pesantren Anwaarul Hidayah Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas)*. UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto.