

RELASI GADGET DAN PEBISNIS PADA MASA PANDEMI COVID-19
PERSPEKTIF *POSTPHENOMENOLOGY* DON IHDE
(Studi Kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal,
Kabupaten Sragen)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag)
Dalam Bidang Aqidah dan Filsafat Islam

Oleh:

Hanif Fitri Yantari

NIM 1711.2.1062

PROGRAM STUDI AQIDAH DAN FILSAFAT ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA
TAHUN 2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanif Fitri Yantari

NIM : 17112.1.062

Tempat/ Tgl Lahir : Bekasi, 16 Februari 1999

Alamat : Genting Rt. 16/08, Ngarum, Ngrampal, Sragen.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: **RELASI GADGET DAN PEBISNIS PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF *POSTPHENOMENOLOGY* DON IHDE** (Studi Kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen) adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Selain itu, apabila di dalamnya terdapat plagiasi yang dapat berakibat gelar keserjanaan saya dibatalkan, maka saya siap menanggung risikonya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta, 20 Mei 2021

Yang bersangkutan

Hanif Fitri Yantari

Dr. Raden Lukman Fauroni, S.Ag., M.Ag.
Dosen Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi saudara Hanif Fitri Yantari

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
IAIN Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama surat ini kami beritahukan bahwa setelah membaca, menelaah, membimbing dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami mengambil keputusan skripsi saudara Hanif Fitri Yantari dengan Nomor Induk Mahasiswa 1711.2.1062 yang berjudul.

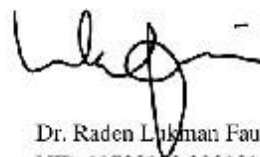
**RELASI GADGET DAN PELAKU BISNIS PADA MASA PANDEMI
COVID-19 PERSPEKTIF *POSTPHENOMENOLOGY* DON IHDE
(Studi Kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan
Ngrampal, Kabupaten Sragen)**

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Ag.) dalam bidang Aqidah dan Filsafat Islam. Oleh karena itu, dengan ini kami mohon agar skripsi diatas dapat dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian atas perhatian dan diperkenankannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 20 Mei 2021
Dosen Pembimbing,



Dr. Raden Lukman Fauroni, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19720902 200901 1 008

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **Relasi Gadget dan Pebisnis pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif *Postphenomenology* Don Ihde (Studi Kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen)** atas nama **Hanif Fitri Yantari** dengan nomor Induk Mahasiswa 1711.2.1062 telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta (IAIN) Surakarta, pada tanggal 3 Juni 2021 sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Ag.) dalam bidang Aqidah dan Filsafat Islam.

Surakarta, 3 Juni 2021

Penguji Utama



Dr. H. Syamsul Bakri, S.Ag., M.Ag.

NIP. 19710105 199803 1 001

Penguji II/ Ketua Sidang

Penguji I/ Sekertaris Sidang

Dr. Raden Lukman Fauroni, S.Ag., M.Ag.

NIP. 19720902 200901 1 008

Alfina Hidayah, M.Phil.

NIP. 19851012 201903 2 006

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Dr. Islah, M.Ag.

NIP. 19730522 200312 1 001

ABSTRAK

HANIF FITRI YANTARI. Relasi Gadget dan Pebisnis pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif *Postphenomenology* Don Ihde (Studi kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen). Berkembangnya teknologi saat ini semakin memudahkan berbagai aktivitas manusia. Teknologi dalam filsafat bukan hanya dianggap bersifat teknis, tetapi juga sebuah *poiesis* yaitu seni mengungkap sesuatu yang baru. Penelitian ini membahas relasi antara gadget dan pebisnis yang ada di Dukuh Genting pada masa pandemi Covid-19, yang kemudian akan dianalisis menggunakan teori *postphenomenology* Don Ihde. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Bagaimana budaya pebisnis Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen pada masa pandemi Covid-19 ditinjau dari *postphenomenology* Don Ihde? (2) Bagaimana relasi gadget dan pebisnis Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen pada masa pandemi Covid-19 perspektif *postphenomenology* Don Ihde?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode lapangan (*field research*). Sumber data primer pada penelitian ini adalah pebisnis di Dukuh Genting. Sedangkan, sumber data sekunder diperoleh dari literatur lain, seperti buku, jurnal, serta artikel yang sesuai dengan tema penelitian. Sementara untuk menganalisis data menggunakan metode deskripsi dan hermeneutika.

Hasil penelitian ini adalah (1) Penggunaan gadget pada masa pandemi Covid-19 mengubah persepsi pebisnis, yakni persepsi akan waktu, ruang, dan bahasa. Dengan menggunakan gadget, pebisnis mempersepsikan waktu menjadi lebih fleksibel, waktu dalam realitas virtual berbeda dengan realitas konkret. Dalam mempersepsi ruang, gadget memagnifikasi pelanggan yang jaraknya sangat jauh menjadi sangat dekat, pebisnis merasakan kehadirannya dalam sebuah ruang secara fenomenologis. Dan dalam mempersepsi bahasa, gadget menjadi sarana dalam penorehan tulisan-tulisan yang ada pada media sosial, tulisan dalam media sosial mempunyai tujuan tertentu, yakni menarik calon pembeli. (2) Don Ihde membagi relasi manusia-teknologi ke dalam empat bentuk. Relasi-relasi inilah yang akhirnya memunculkan istilah *postphenomenology*. Dalam relasi kebutuhannya, gadget menjadi perpanjangan dari tubuh pebisnis, gadget menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Dalam relasi hermeneutis gadget menjadi semacam teks yang perlu ditafsirkan, pesan di WhatsApp dan fitur catatan keuangan pada *Mobile Banking* merepresentasikan realitas yang sesungguhnya, gadget menjadi fokus utama dan menjadi sebuah teks yang perlu ditafsirkan. Relasi Keberlainan terdapat pada fitur chat di gadget yang merupakan realitas virtual, interaksi virtual menggunakan gadget disebut sebagai quasi-Yang-Lain. Dalam relasi latar belakang, kehadiran gadget menjadi absen atau berada di latar belakang, yang dimaksud absen di sini adalah cara kerja gadget dalam menyediakan akses internet, sedangkan yang lebih menonjol adalah fungsi gadgetnya, yakni menyediakan akses internet.

Kata Kunci: Relasi gadget dan pebisnis, Covid-19, *Postphenomenology*

DAFTAR SINGKATAN

C	: Celsius
Covid-19	: <i>Coronavirus Disease 2019</i>
h.	: Halaman
<i>Ibid</i>	: Ibidem
km	: Kilometer
m	: Meter
mm	: Milimeter
no.	: Nomor
Saw.	: <i>Sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
Sw.	: <i>Subhanahu wa ta'ala</i>
UKM	: Usaha Kecil dan Menengah
Vol.	: Volume

MOTTO

لَا تَحْزَنُوا خِنَّا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الَّذِينَ

“Janganlah kamu bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita”

(QS. At-Taubah ayat 40)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap kerendahan hati dan rasa syukur, skripsi ini kupersembahkan kepada:

Bapak dan Ibuku tercinta, yang telah menyertaiku dalam suka dan duka, mendidik dan membesarkan diriku sehingga aku menapaki kehidupan ini.

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah yang menguasai alam semesta. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw. beserta sahabat dan keluarganya.

Puji syukur kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya serta atas izin-Nyalah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Namun demikian, skripsi ini tidak akan terselesaikan, tanpa adanya bantuan dari pihak yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, dengan selesainya skripsi ini rasa terima kasih yang tulus dan rasa hormat yang dalam kami sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mudhofir Abdullah, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Bapak Dr. Islah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
3. Ibu Dra. Hj. Siti Nurlaili Muhadiyatiningasih, M.Hum. selaku Ketua Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
4. Bapak Dr. Raden Lukman Fauroni, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing yang penuh kesabaran dan kearifan bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah khususnya Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam yang telah mengajar dari semester satu hingga semester delapan.
6. Dewan penguji munaqosyah yang telah berkenan memberikan koreksi, evaluasi, dan arahan kepada penulis agar penulisan skripsi ini lebih baik dan bernilai.

7. Kepala dan Staff perpustakaan pusat Institut Agama Islam Negeri Surakarta, staff perpustakaan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang memberikan fasilitas tempat dan waktunya untuk membantu terselesaikannya skripsi ini.
8. Staff administrasi di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
9. Bapak dan Ibuku tercinta yang tiada lelah melantunkan doa, memberikan dukungan moral, spirit dari waktu ke waktu, dan memberikan pelajaran berharga bagaimana menerima dan memaknai kehidupan ini.
10. Danur Putut Permadi sebagai *support system* ku yang selalu mendukung, memberi saran dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Diriku sendiri, Hanif Fitri Yantari terima kasih sudah berjuang sejauh ini dengan melawan ego, mood, dan rasa malas yang tidak menentu selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah sangat kuat, semoga bisa selalu lebih kuat lagi untuk kedepannya.
12. Teman-teman dekatku yang selalu mendukung, memotivasi, dan memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini, Widya Nurkasanah dan Amalia Nur Rohmah.
13. Teman-teman Aqidah dan Filsafat Islam angkatan 2017 yang kusayangi yang selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
14. Para pebisnis Dukuh Genting yang bersedia menjadi narasumber dalam penelitian skripsi saya.
15. Kucing persia ku “amin” yang selalu setia menemaniku mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

Surakarta, 20 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR SINGKATAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Kerangka Teori.....	9
G. Metode Penelitian.....	12

H. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II GAMBARAN UMUM DUKUH GENTING DAN KONDISI	
PEBISNIS	20
A. Letak Geografis.....	20
B. Kondisi Demografi.....	21
1. Kependudukan.....	21
2. Kondisi Sosial.....	22
C. Pebisnis di Dukuh Genting pada Masa Pandemi	25
D. Pergeseran Bisnis <i>Offline</i> ke <i>Online</i>	27
E. Penggunaan Gadget di Kalangan Pebisnis	29
1. Media Promosi.....	30
2. Transaksi Keuangan.....	32
F. Dampak Penggunaan Gadget Bagi Pebisnis.....	34
1. Meningkatkan Penjualan Produk	34
2. Melakukan Interaksi dengan Konsumen.....	35
3. Mengembangkan Jaringan Pasar.....	36
BAB III TINJAUAN TENTANG <i>POSTPHENOMENOLOGY</i> DON IHDE....	38
A. Biografi Don Ihde	38
B. <i>Postphenomenology</i> Don Ihde.....	40
1. Pengertian <i>Postphenomenology</i>	40
2. Genealogi Pemikiran Don Ihde	45
a. Pragmatisme John Dewey.....	45
b. Fenomenologi Edmund Husserl.....	47
c. Fenomenologi Persepsi Maurice Merleau Ponty.....	50
d. Filsafat Teknologi Martin Heidegger.....	52
3. Teknologi Mengubah Persepsi Manusia.....	54
a. Teknologi Mengubah Persepsi Waktu	55
b. Teknologi Mengubah Persepsi Ruang	56
c. Teknologi Tulisan Mengubah Persepsi Bahasa.....	57
4. Relasi Manusia-Teknologi.....	59
a. Relasi Kebertubuhan (<i>Embodiment Relations</i>).....	59

b. Relasi Hermeneutis (<i>Hermeneutic Relations</i>)	62
c. Relasi Keberlainan (<i>Alterity Relations</i>)	63
d. Relasi Latar Belakang (<i>Background Relations</i>)	65
BAB IV RELASI GADGET DAN PEBISNIS DUKUH GENTING PERSPEKTIF	
<i>POSTPHENOMENOLOGY</i> DON IHDE	67
A. Budaya Pebisnis Masa Pandemi Covid-19	67
B. Relasi Gadget dan Pebisnis di Dukuh Genting	72
1. Relasi Kebertubuhan	73
2. Relasi Hermeneutis	77
3. Relasi Keberlainan	78
4. Relasi Latar Belakang	80
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Daftar Narasumber.....	14
2. Tabel 2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia	22
3. Tabel 3 Tingkat Pendidikan Rerata Masyarakat.....	23
4. Tabel 4 Jumlah Penganut Agama.....	24
5. Tabel 5 Macam-macam Pekerjaan	24

DAFTAR GAMBAR

1. Denah Lokasi Dukuh Genting	21
2. Promosi Pebisnis Dukuh Genting di Media Sosial Instagram.....	90
3. Promosi Pebisnis Dukuh Genting di Media Sosial Facebook	90
4. Promosi Pebisnis Dukuh Genting di Media Sosial WhatsApp.....	91
5. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Nanik	91
6. Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Suyanto.....	91
7. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Tumiyati	92
8. Dokumentasi Wawancara dengan Mbak Novi.....	92
9. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Wahyu.....	92
10. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Eni.....	93
11. Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Sukiman.....	93
12. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Susi	93
13. Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Agus.....	94
14. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Rini	94
15. Dokumentasi Wawancara dengan Ketua RT.....	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pebisnis yang ada di Dukuh Genting bergerak di berbagai bidang dan bisnisnya variatif, seperti kuliner, *fashion*, farmasi, dan lain sebagainya. Sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia pada awal bulan Maret 2020, bisnis di Dukuh Genting dijalankan secara *offline* dan dikelola mandiri oleh masyarakat itu sendiri. Dengan bisnis *offline* pebisnis dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan.

Menyebarnya pandemi Covid-19 membuat pemerintah Indonesia harus mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menekan angka persebaran kasus Covid-19.¹ Adanya berbagai pembatasan sosial berdampak bagi pebisnis Dukuh Genting. Pandemi ini membuat adanya pergeseran dari bisnis *offline* ke bisnis *online*. Hal ini sebagai strategi yang efektif agar pebisnis dapat bertahan di situasi yang kritis. Bisnis *online* dinilai efektif karena tidak bertentangan dengan kebijakan pemerintah untuk menjaga jarak. Dengan berbisnis secara *online* pebisnis Dukuh Genting dapat menjangkau jaringan pasar yang luas.

Melemahnya ekonomi akibat pandemi Covid-19, bukan hanya dialami oleh pebisnis di Dukuh Genting saja, namun juga dialami oleh pebisnis di seluruh Indonesia. Pandemi Covid-19 telah menimbulkan *economic shock* yang

¹Fitria Chusna Farisa, "Setahun Covid-19: Upaya Indonesia Akhiri Pandemi, dari PSBB hingga Vaksinasi", artikel diakses pada 16 Februari 2021, dari <http://nasional.kompas.com/read/2021/03/02/10213641/setahun-covid-19-upaya-indonesia-akhiri-pandemi-dari-psbb-hingga-vaksinasi>.

mengganggu kegiatan ekonomi bisnis secara ekstrem baik dari skala mikro, kecil, menengah, maupun besar.

Berpikir kreatif dan inovatif menjadi kunci untuk menghadapi tantangan pandemi Covid-19 ini. Dinamika pasar dan penyesuaian interaksi pada masa pandemi menciptakan peralihan kegiatan dari non-teknologi ke teknologi. Digitalisasi bisnis melalui media sosial diharapkan mampu menyelesaikan persoalan bisnis pada masa pandemi, sehingga bisnis dapat tetap bertahan.

Teknologi saat ini digunakan untuk mengatasi berbagai kesulitan manusia dalam menghadapi dunianya. Teknologi dalam filsafat dijelaskan sebagai sebuah penyingkapan dari realitas. Teknologi bukan hanya bersifat teknis atau sebetulnya artisan (kerajinan tangan), tetapi juga sebuah *poiesis* yaitu seni mengungkap sesuatu yang baru.²

Don Ihde melihat dunia-kehidupan telah berubah secara persepsional. Alat teknologi telah mentransformasikan pengalaman manusia tentang dunianya. Contohnya, yaitu penggunaan teleskop untuk melihat permukaan bulan, sebelumnya kita tidak mengetahui adanya gunung dan ceruk kawah pada permukaan bulan. Namun, dengan menggunakan teleskop kita bisa mengetahui permukaan bulan dengan jelas dan seolah-olah kita melihatnya dari jarak yang sangat dekat.³

Pemikiran Don Ihde berdasar pada pemikiran Maurice Merleau-Ponty, yang membuat fenomenologi menjadi lebih luas dan eksploratif dengan menempatkan alat dalam relasinya dengan tubuh manusia sebagai perwujudan

²Budi Hartanto, "Dunia Pasca-Manusia Menjelajahi Tema-tema Kontemporer Filsafat Teknologi", (Depok: Kepik, 2013), h. 2.

³*Ibid*, h. 3.

pembacaan atas realitas. Dari hal tersebut fenomenologi akhirnya beralih menjadi *postphenomenology*, yaitu ketika peran instrumen menjadi sentral dalam melihat dan memahami dunia.⁴

Don Ihde membagi relasi manusia dan teknologi ke dalam empat bentuk relasi yang nantinya membentuk horizon dunia-kehidupan. Relasi inilah yang kemudian memunculkan istilah *postphenomenology*. Empat relasi tersebut, yaitu relasi kebertubuhan (*embodiment relations*), relasi hermeneutis (*hermeneutic relations*), relasi keberlainan (*alterity relations*), dan relasi latar belakang (*background relations*).⁵

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengadakan sebuah penelitian mengenai relasi gadget dan pebisnis Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen. Gadget digunakan sebagai media promosi oleh pebisnis di Dukuh Genting. Namun, banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa hadirnya gadget bukan hanya sebagai alat yang digunakan untuk mengatasi kesulitan manusia, tapi juga sebuah penyingkapan bahwa gadget telah mentransformasikan pengalaman manusia tentang dunianya. Penelitian yang menggunakan analisa *postphenomenology* Don Ihde juga masih jarang ditemukan. Sehingga penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan dalam rangka memberi pemahaman baru kepada masyarakat, mengenai relasi manusia (pebisnis) dan teknologi (gadget) di tengah pesatnya perkembangan teknologi saat ini. Selain itu, juga dapat memberikan warna baru dalam kajian filsafat teknologi.

⁴ *Ibid*, h. 5.

⁵ *Ibid*, h. 6.

Penelitian ini dilakukan di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen yang pebisnisnya bersinergi untuk memajukan UKM Dukuh Genting, sinergisitas tersebut dalam bentuk pelatihan dan seminar kewirausahaan. Peneliti juga telah melakukan pra penelitian pada bulan Agustus 2020. Peneliti melakukan wawancara dan observasi terhadap pebisnis yang ada di Dukuh Genting. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pebisnis Dukuh Genting mengeluhkan mengalami penurunan penghasilan pada masa pandemi Covid-19 ini. Adanya pembatasan kegiatan masyarakat membuat turunnya permintaan pasar dan membuat dunia bisnis berjalan lesu. Untuk mempertahankan penjualannya selama pandemi Covid-19 pebisnis di Dukuh Genting bergeser dari bisnis *offline* ke bisnis *online*. Selain itu, kemudahan akses data menjadi alasan lain peneliti melakukan penelitian di Dukuh Genting.

Berangkat dari sebuah pemahaman pentingnya mengetahui potret relasi manusia dan teknologi, peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih jauh tentang relasi manusia dan teknologi serta melakukan penelitian dengan judul skripsi: Relasi Gadget dan Pebisnis pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif *Postphenomenology* Don Ihde (Studi Kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, pokok masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana budaya pebisnis Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen pada masa pandemi Covid-19 ditinjau dari *postphenomenology* Don Ihde?
2. Bagaimana relasi gadget dan pebisnis Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen pada masa pandemi Covid-19 perspektif *postphenomenology* Don Ihde?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis budaya pebisnis Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen pada masa pandemi Covid-19 ditinjau dari *postphenomenology* Don Ihde.
2. Menganalisis relasi gadget dan pebisnis Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen pada masa pandemi Covid-19 perspektif *postphenomenology* Don Ihde.

D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Manfaat dan kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua aspek, sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi kajian filsafat teknologi, sekaligus sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya demi pengembangan keilmuan yang berkaitan relasi manusia dan teknologi.

2. Secara pragmatik, diharapkan dapat mengisi kajian filosofis tentang relasi manusia, yaitu pebisnis dan teknologi (gadget) di tengah pesatnya perkembangan teknologi.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini mengangkat tentang relasi gadget dan pebisnis dalam perspektif *postphenomenology* Don Ihde. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian yang nantinya akan digunakan peneliti sebagai bahan untuk memperkaya referensi sekaligus mempertajam analisis data.

Siti Nur Ainin, (2015) membahas tentang perilaku santri dalam menggunakan gadget di lingkungan pondok pesantren Al-Muhajirin, Desa Tunggal Pager, Kecamatan Pungging, Kabupaten Mojokerto. Peneliti menganalisis menggunakan teori konflik Dahrendorf. Perilaku santri sehari-hari tidak lepas dari penggunaan gadget. Salah satunya adalah digunakan untuk berkomunikasi dengan kerabat, mengakses informasi dengan mudah, sarana hiburan, serta memudahkan santri untuk berbagi ilmu agama kepada masyarakat di luar pesantren. Namun, adanya gadget membuat santri menjadi malas untuk mengulang kembali pelajaran kitab, kurangnya kepedulian dengan lingkungan sekitar, sampai memiliki gaya hidup yang boros. Di sisi lain, adanya distribusi wewenang yang tidak merata, seperti santri diperbolehkan membawa *handphone* yang tidak *bermemory card*. Sedangkan pengurus diperbolehkan membawa

handphone bermemory card, dengan adanya perbedaan peraturan tersebut menimbulkan kecemburuan sosial terhadap santri.⁶

Andreas, (2016) mengkaji tentang relasi gadget dengan pelaku tarekat di Pesantren Ahlus-Shafa Wal-Wafa. Pelaku tarekat menggunakan gadget sebagai alat untuk pengajian jarak jauh, media sosial, dan nada sambung pribadi. Dalam *postphenomenology* Don Ihde terdapat empat relasi antara manusia dengan teknologi, yaitu relasi kebutubuhan, relasi hermeneutis, relasi keberlainan, dan relasi latar belakang. Dari empat relasi tersebut, hanya dua yang termasuk dalam relasi gadget bagi pelaku tarekat, yaitu relasi kebutubuhan dan relasi latar belakang. Pada relasi kebutubuhan, gadget menjadi perpanjangan tubuh pelaku tarekat yang digunakan sebagai alat pengajian jarak jauh dan media sosial. Sedangkan, dalam relasi latar belakang gadget digunakan sebagai nada sambung pribadi dan penggunaan internet. Penggunaan gadget di kalangan pelaku tarekat juga mempunyai penghayatan yang lebih dibandingkan dengan masyarakat biasa. Hal ini disebabkan karena penghayatan laku tarekat yang meliputi setiap pengalaman dunia kehidupan pelaku tarekat.⁷

Mahendra Wibawa, (2016) mengkaji budaya media sosial dan game online dalam pandangan filsafat teknologi Don Ihde. Media sosial dan game online adalah terobosan dari perkembangan teknologi di bidang informatika. Dari dua media tersebut manusia mengalami perpindahan realitas dari dunia maya ke

⁶Siti Nur Ainin, "Gadget dan Perilaku Santri dalam Kehidupan Berinteraksi (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Muhajirin Dusun Panjer Desa Tunggal Pager Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto)", (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Sosial UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).

⁷Andreas, "Relasi Gadget dengan Pelaku Tarekat di Pesantren Ahlus-Shafa Wal-Wafa Perspektif Postphenomenology Don Ihde", (Skripsi S1 Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

dalam dunia virtual. Media sosial dan game online telah mengubah persepsi atas waktu, ruang, dan bahasa. Melalui media sosial manusia dapat dengan mudah berkomunikasi dengan keluarga meskipun jarak di antara mereka berjauhan. Melalui game online manusia juga dapat mencari hiburan di sela-sela aktivitas yang padat. Namun di sisi lain, ada yang tenggelam dengan kedua hal tersebut, manusia menjadi terlalu asyik dengan dunia virtualnya sampai melupakan realitas dunia nyata.⁸

Hendrikus A.B. Naifio, (2017) membahas relasi manusia dengan teknologi dalam perpektif Don Ihde. Don Ihde merupakan filsuf kontemporer Amerika Serikat yang menaruh perhatiannya pada filsafat teknologi. Ihde merumuskan ada empat bentuk relasi antara manusia dengan teknologi, yaitu relasi kebertubuhan (*embodiment relations*), relasi hermeneutis (*hermeneutic relations*), relasi keberlainan (*alterity relations*), relasi latar belakang (*background relations*). Melalui empat bentuk relasi tersebut, Ihde hendak menjelaskan bagaimana penggunaan alat-alat teknologi mengubah pengalaman dan persepsi manusia akan dunia kehidupannya. Dalam setiap bentuk relasi manusia dengan teknologi selalu terdapat dua dimensi, yaitu dimensi amplifikasi dan dimensi reduksi. Dimensi amplifikasi adalah peningkatan atau pembesaran suatu ciri tertentu akibat dari penggunaan alat. Sedangkan, dimensi reduksi adalah pengurangan ciri-ciri lainnya yang terjadi secara bersamaan. Kecenderungan yang terjadi pada relasi manusia dengan teknologi adalah dimensi amplifikasi dan

⁸Mahendra Wibawa, *Konstelaasi Kebudayaan Indonesia: Budaya Media Sosial dan Game Online dalam Pandangan Filsafat Teknologi Don Ihde* (Bintang Surabaya, 2015).

melupakan dimensi reduksi. Hal ini dinamai Ihde sebagai *latent telic* atau kecenderungan arah yang tidak disadari pada alat.⁹

Nur Jannah, (2017) membahas dampak penggunaan teknologi informasi terhadap perilaku keagamaan pada peserta didik kelas XI di MAN 1 Mojokerto. Kebanyakan siswa menggunakan gadget untuk bermain media sosial, dan hal ini berdampak pada perilaku sosial mereka. mereka lebih sering bermain media sosial dibandingkan dengan berinteraksi langsung dengan temannya. Sisi positifnya, kecanggihan teknologi informasi berpengaruh pada peningkatan ibadah, yaitu dengan adanya gadget digunakan sebagai pengingat waktu ibadah. Namun, sisi negatifnya beberapa siswa menunjukkan sikap buruk dengan tidak adanya rasa hormat kepada guru dan teman-temannya.¹⁰

Dari sejumlah penelitian di atas banyak penelitian yang membahas fenomena teknologi dalam perspektif filsafat teknologi Don Ihde dan penelitian tentang gadget. Namun, belum ada penelitian yang fokus membahas gadget bagi pebisnis. Gadget sebagai perwujudan teknologi masa kini, berelasi, dan menjadi alat bagi pebisnis untuk mengalami dunianya. Analisa *postphenomenology*, yang masih jarang digunakan, sehingga penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan.

F. Kerangka Teori

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti akan menganalisis pembahasan relasi gadget dan pebisnis menggunakan teori *postphenomenology* Don Ihde. Don

⁹Hendrikus A.B. Naifio, "Relasi Manusia dengan Teknologi Perspektif Don Ihde" (Skripsi S1 Fakultas Filsafat Universitas Katolik Widya Mandira Kupang NTT, 2017).

¹⁰Nur Jannah, "Implikasi Teknologi Informasi pada Perilaku Sosial dan Keagamaan Siswa Kelas XI (Studi Kasus MAN 1 Kota Mojokerto)" (Tesis S2 Program Studi Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017).

Ihde adalah filsuf yang berasal dari Amerika Serikat, pemikirannya fokus kepada fenomenologi dan juga sedikit filsafat analitik. Don Ihde awalnya berkecimpung dalam fenomenologi, kemudian filsafat teknologi, dan terakhir dalam wilayah teknoains.

Pemikiran Don Ihde banyak dipengaruhi oleh filsuf-filsuf sebelumnya, seperti fenomena teknologi dalam aspek instrumentasi John Dewey, dilanjutkan dengan fenomenologi Edmund Husserl, diperkaya oleh teori fenomenologi persepsi Merleau-Ponty, dan dari filsafat teknologi Martin Heidegger. Berakar dari pengembangan fenomenologi, Don Ihde menggunakan istilah khusus yaitu *postphenomenology*. *Postphenomenology* adalah modifikasi dan pengembangan dari fenomenologi-fenomenologi klasik. Dengan kata lain, *postphenomenology* menggunakan perspektif yang berlatar belakang fenomenologi dan penafsiran yang diarahkan pada ilmu pengetahuan dan teknologi.¹¹

Gagasan Don Ihde tentang *postphenomenology* digunakan untuk membagi relasi manusia dan teknologi. Ada empat bentuk relasi antara manusia dan teknologi, yaitu relasi kebertubuhan (*embodiment relations*), relasi hermeneutis (*hermeneutic relations*), relasi keberlainan (*alterity relations*), relasi latar belakang (*background relations*).¹²

1. Relasi Kebertubuhan (*Embodiment Relations*)

Dalam relasi kebertubuhan, alat digunakan sebagai perpanjangan tubuh manusia. Alat juga menjadi sebagian dari tubuh manusia dalam relasinya

¹¹Don Ihde, *Postphenomenology and Technoscience* (New York: SUNY Press, 2009), h. 8.

¹²Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat* (Yogyakarta: Kanisius, 2008), h. 79-80.

dengan dunia sekitarnya. Maka dapat dikatakan bahwa manusia “menubuh” dengan alat. Alat merupakan mediator antara manusia dengan dunia merupakan sebagian dari pengalaman manusia yang bertubuh. Dalam hal ini Don Ihde berpegang pada wujud teknologi yang konkret, contoh dari relasi ini ketika manusia menggunakan kacamata. Kacamata telah menjadi bagian dari cara kita memandang dunia. Kacamata itu sendiri tidak menonjolkan dirinya, oleh karena itu kacamata dapat dikatakan menubuh dengan kita.¹³

2. Relasi Hermeneutis (*Hermeneutic Relations*)

Relasi hermeneutis terjadi ketika alat teknologi dibaca sebagai alat yang perlu ditafsirkan. Perbedaan mendasar pada relasi kebertubuhan dan relasi hermeneutis terletak pada transparansi alat. Dalam relasi kebertubuhan alat yang dipakai semi transparan dan menjadi perpanjangan tubuh manusia, maka dalam relasi hermeneutis alat harus terlihat dan disadari agar dapat ditafsirkan. Contoh dari relasi ini adalah penggunaan termometer dalam ruangan ber-AC. Melalui termometer kita dapat mengetahui suhu yang ada di dalam ruangan dan luar ruangan. Dalam hal ini termometer hadir sebagai sebuah teks yang perlu ditafsirkan untuk mengetahui dunia kehidupan yang nyata.¹⁴

3. Relasi Keberlainan (*Alterity Relations*)

Pada relasi keberlainan, teknologi dilihat sebagai Yang-Lain. Istilah Yang-Lain diadopsi oleh Ihde dari pemikiran Levinas. Dalam pertemuan tatap muka, orang lain sebagai yang lain memiliki perbedaan dengan kita secara radikal dan tak terbatas, oleh karena itu kita tidak dapat melihat orang lain

¹³*Ibid*, h. 101.

¹⁴Luthfi Adam, “Online Culture,” *Jurnal Komunikasi*, vol. 4, no. 1 (2009): 78.

sebagai objek ataupun sarana. Hal ini adalah usaha Ihde untuk mengatasi pandangan yang melihat teknologi secara negatif, yang mana alat hanya sebagai objek dari pengetahuan. Contoh dari relasi ini adalah pada permainan gasing. Gasing pada dirinya sendiri tergeletak begitu saja, ketika seorang anak memutar gasing tersebut dengan menggunakan tali, gasing itu seperti berubah menjadi sesuatu yang memiliki kehidupannya sendiri, ia berputar sendiri dalam alurnya. Gasing yang berputar menjadi objek yang memiliki ciri Yang-Lain.¹⁵

4. Relasi Latar Belakang (*Background Relations*)

Dalam relasi ini, teknologi beralih dari pemeran utama menjadi pemeran di latar belakang. Relasi ini tampak pada penggunaan alat-alat semiotomatis atau otomatis. Seperti penggunaan AC, pertama-tama AC memerlukan tenaga manusia sebagai penggerak pertama. Setelah dihidupkan AC akan bekerja sendiri, yaitu mengubah suhu dalam ruangan menjadi lebih sejuk dan dingin. Teknologi yang berada di latar belakang meskipun kehadirannya kurang diperhatikan, tapi masih menjadi bagian dari pengalaman manusia di dalam lingkungannya.¹⁶

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan dinamakan juga penelitian empiris atau penelitian induksi. Penelitian lapangan disebabkan oleh dua hal, pertama untuk membuktikan suatu teori

¹⁵Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*, h. 116.

¹⁶Ibid, h. 122.

benar atau tidak. Teori ini dites kebenarannya di lapangan. Kedua, mencari kemungkinan-kemungkinan dapat tidaknya suatu teori yang baru ditemukan sesudah penelitian lapangan.¹⁷ Penelitian lapangan digunakan untuk mencari apakah ada data-data yang mendukung teori tersebut dari penelitian, hendaknya menghasilkan teori yang baru. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami makna suatu kejadian atau peristiwa dengan mencoba berinteraksi dengan orang-orang dalam suatu situasi/ fenomena.¹⁸

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penelitian lapangan dengan metode observasi dan wawancara. Sedangkan, data sekunder diperoleh dari kajian pustaka yang relevan dengan tema penelitian.

Data primer diperoleh dari penelitian lapangan di Dukuh Genting, Ngarum, Ngrampal, Sragen melalui wawancara dengan pebisnis. Data sekunder diperoleh dari literatur lain, seperti buku, jurnal, serta artikel yang sesuai dengan tema penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun langsung ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan

¹⁷Bungaran Antonius Simanjuntak dan Soejidto Sosrodiharjo, *Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi)* (Yogyakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2009), h. 12-13.

¹⁸A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenada Media, 2016), h. 328.

dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, dan perasaan. Dengan metode observasi, peneliti dapat memperoleh pandangan yang holistik/ menyeluruh terhadap responden yang diteliti.¹⁹ Pengamatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pebisnis di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dalam suatu penelitian dengan cara pertemuan langsung yang direncanakan antara pewawancara dan yang diwawancarai untuk memberikan atau menerima informasi tertentu. Dengan wawancara kita bisa memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang yang biasa disebut responden dengan berbicara langsung dengan orang tersebut.²⁰

Wawancara ini dilakukan dengan ketua RT yaitu Bapak Bono Winarno dan pebisnis yang ada di Dukuh Genting, Ngarum, Ngrampal, Sragen dengan kriteria sebagai berikut: sudah berbisnis *online* lebih dari enam bulan, bisnisnya variatif, pengasilannya sudah di atas 2 juta per bulan, dan muslim. Informasi mengenai daftar narasumber dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1

Daftar Narasumber

No.	Nama Pebisnis	Umur	Bidang Bisnis
-----	---------------	------	---------------

¹⁹Mamik, *Metode Penelitian* (Sidoarjo: Zifatama, 2015), h. 104-105.

²⁰*Ibid*, h. 108-109.

1.	Nanik Lestari	39 tahun	<i>Fashion</i>
2.	Suyanto	46 tahun	Produksi tempe
3.	Novi Kumalasari	18 tahun	<i>Fashion</i>
4.	Rini Catur Wulandari	37 tahun	Kuliner
5.	Susi Handayani	44 tahun	Kuliner
6.	Eni Purwanti	38 tahun	Farmasi
7.	Sukiman	39 tahun	Kuliner
8.	Agus Riyanto	27 tahun	Kuliner
9.	Tumiyati	39 tahun	Toko Kelontong
10.	Wahyu Anitasari	35 tahun	Toko Kelontong

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.²¹

Dengan metode ini, peneliti mengumpulkan data dari dokumen yang sudah ada, sehingga peneliti dapat memperoleh catatan yang berhubungan dengan penelitian, seperti gambaran umum Dukuh Genting, foto denah lokasi Dukuh Genting, dan sebagainya. Metode dokumentasi ini

²¹Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 143.

dilakukan untuk mendapatkan data-data yang belum didapatkan melalui metode observasi dan wawancara.

3. Analisis Data

Data yang sudah terkumpul, selanjutnya dianalisa dengan menggunakan beberapa metode:

a. Metode Deskripsi

Metode ini digunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Tujuan dari metode ini adalah membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian dalam masyarakat.²² Dengan metode ini, peneliti akan menggambarkan kegiatan bisnis di Dukuh Genting, Ngarum, Ngrampal, Sragen.

b. Metode Hermeneutika

Metode hermeneutika fokus pada penafsiran untuk mengerti dan menangkap arti terdalam dari informasi yang disampaikan oleh partisipan. Hermeneutika mensyaratkan pemahaman konteks yang benar sehingga arti asli dapat terungkap.²³ Metode ini digunakan untuk menganalisis makna yang terkandung dalam relasi gadget dan pebisnis di Dukuh Genting, Ngarum, Ngrampal, Sragen.

4. Keabsahan Penelitian

²²Tarjo, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Deeppublish, 2019), h. 29.

²³J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2010), h. 94.

Metode yang digunakan untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini adalah metode triangulasi. Menurut Moleong, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data yang bersangkutan.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.²⁴

Untuk memeriksa keabsahan data mengenai “Relasi Gadget dan Pebisnis pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif *Postphenomenology* Don Ihde (Studi Kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen)” berdasarkan data yang sudah terkumpul, selanjutnya untuk menguji kepercayaan data hasil penelitian menggunakan teknik triangulasi sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber mengarahkan peneliti untuk mengumpulkan data dari beragam sumber yang tersedia, karena data yang sejenis akan lebih kuat kebenarannya apabila digali dari sumber yang berbeda.²⁵ Untuk menguji keabsahan data tentang “Relasi Gadget dan Pebisnis pada Masa Pandemi Covid-19 Perspektif *Postphenomenology* Don Ihde (Studi Kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten

²⁴Sugiyo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 273.

²⁵*Ibid*, h.274.

Sragen)” maka pengumpulan dan pengujian data dilakukan kepada pebisnis yang ada di Dukuh Genting. Data yang diperoleh selanjutnya akan dideskripsikan, dikategorisasikan mana pandangan yang sama dan yang berbeda.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama tetapi dengan teknik yang berbeda.²⁶ Yaitu dengan teknik wawancara, kemudian dicek dengan teknik observasi dan teknik dokumentasi.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga mempengaruhi kredibilitas data. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.²⁷ Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan waktu yang berbeda-beda agar ditemukan kepastian data, yaitu di pagi, siang, sore, dan malam hari.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini akan diuraikan dalam beberapa bab secara sistematis dan berkesinambungan.

²⁶*Ibid*, h. 274.

²⁷*Ibid*, h. 274.

Bab satu, berisi pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua, berisi tentang gambaran umum Dukuh Genting dan kondisi pebisnis pada masa pandemi Covid-19.

Bab tiga, berisi landasan teori yang membahas biografi, karya, dan konsep *postphenomenology* Don Ihde.

Bab empat, membahas analisa budaya dan relasi pebisnis pada masa pandemi Covid-19 perspektif *postphenomenology* Don Ihde, studi kasus di Dukuh Genting, Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen.

Bab lima, berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

GAMBARAN UMUM DUKUH GENTING DAN KONDISI PEBISNIS

A. Letak Geografis

Dukuh Genting secara administratif terletak di Kelurahan Ngarum, Kecamatan Ngrampal, Kabupaten Sragen dengan dibatasi wilayah dukuh-dukuh tetangga.

Batas-batas wilayah Dukuh Genting adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Dukuh Pelok Sepur

Sebelah Timur : Dukuh Kleco

Sebelah Selatan : Jalan Tunggul Sari-Kedungdowo

Sebelah Barat : Dukuh Tunggul Sari

Luas wilayah Dukuh Genting kurang lebih 38,4 hektar yang sebagian besar digunakan untuk lahan pertanian.²⁸ Topografi ketinggian dukuh ini adalah dataran rendah dengan ketinggian 84 m di atas permukaan laut. Rata-rata curah hujan pada tahun 2016 sebesar 1.648 mm/tahun. Dan bertemperatur sedang dengan suhu berkisar 24-30 °C.²⁹

Jarak tempuh ke Ibu Kota Provinsi : 118 m

Jarak tempuh ke Kota Kabupaten : 7 km

Jarak tempuh ke Ibu Kota Kecamatan : 4 km

²⁸Wawancara pribadi dengan Bapak Bono Winarno, Sragen, 7 Februari 2021.

²⁹Badan Pusat Statistika Kabupaten Sragen, *Kabupaten Sragen Dalam Angka 2017* (BPS Kabupaten Sragen, 2017), h. 5.



Gambar 1. Denah lokasi Dukuh Genting

B. Kondisi Demografi

1. Kependudukan

Berdasarkan data sensus penduduk tahun 2020, jumlah penduduk di Dukuh Genting adalah 323 jiwa, dengan rincian 164 laki-laki dan 159 perempuan. Jumlah penduduk tersebut tergabung dalam 95 Kepala Keluarga. Untuk mendeskripsikan lebih lengkap mengenai data kependudukan Dukuh Genting, maka diidentifikasi jumlah penduduk berdasarkan klasifikasi usia. Informasi mengenai data penduduk dapat diketahui dalam tabel berikut:³⁰

³⁰Wawancara pribadi dengan Bapak Bono Winarno, Sragen, 7 Februari 2021.

Tabel 2

Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah
1.	Muda (0-19 tahun)	97 orang
2.	Dewasa (20-59 tahun)	168 orang
3.	Tua (di atas 60 tahun)	58 orang

2. Kondisi Sosial

a. Pendidikan

Pendidikan mempengaruhi kualitas sumber daya manusia, karena pendidikan merupakan modal untuk membentuk manusia yang berkualitas. Dengan pendidikan manusia dapat memperkuat fungsinya dalam masyarakat dan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan manusia. Pendidikan yang ditempuh oleh masyarakat berpengaruh pada pembentukan pola pikir masyarakat itu sendiri, proses pembangunan desa pun juga akan berjalan lancar jika diimbangi dengan tingkat pendidikan masyarakat yang tinggi. Di Dukuh Genting tingkat pendidikan rerata masyarakatnya dapat dilihat pada tabel berikut:³¹

³¹Wawancara pribadi dengan Bapak Bono Winarno, Sragen, 7 Februari 2021.

Tabel 3

Tingkat Pendidikan Rerata Masyarakat

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Penduduk
1.	Belum/ Tidak Sekolah	39
2.	TK	11
3.	SD	57
4.	SMP	43
5.	SMA/ SMK	156
6.	Perguruan Tinggi	17

b. Keagamaan

Kehidupan keagamaan di Dukuh Genting sangat harmonis, dan mengedepankan toleransi antar umat beragama. Adanya perbedaan agama tidak membuat terpecah belah, dengan adanya perbedaan agama justru membuat masyarakat saling menghargai antara satu dengan yang lainnya. Ditinjau dari segi keagamaan, mayoritas masyarakat di Dukuh Genting beragama Islam sebanyak 99% dan yang beragama Kristen sebanyak 1%. Di Dukuh Genting terdapat 1 masjid. Informasi mengenai penganut agama di Dukuh Genting dapat dilihat pada tabel berikut:³²

³²Wawancara pribadi dengan Bapak Bono Winarno, Sragen, 7 Februari 2021.

Tabel 4

Jumlah Penganut Agama

No.	Penganut Agama	Jumlah
1.	Islam	320 orang
2.	Kristen	3 orang

c. **Ekonomi**

Mata pencaharian penduduk di Dukuh Genting sebagian besar berada di sektor bisnis. Bisnisnya bermacam-macam, mulai dari toko kelontong, produksi tempe, berjualan mi ayam, dan lain-lain. Selain itu, masyarakat di Dukuh Genting juga ada yang berkerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, polisi, asisten rumah tangga, dan lain-lain. Informasi mengenai mata pencaharian penduduk Dukuh genting dapat dilihat pada tabel berikut:³³

Tabel 5

Macam-macam Pekerjaan

No.	Mata Pencaharian	Jumlah Penduduk
1.	Wiraswasta	45
2.	Pegawai Negeri Sipil	11
3.	Polisi	1
4.	Asisten Rumah Tangga	3
5.	Karyawan	11

³³Wawancara pribadi dengan Bapak Bono Winarno, Sragen, 7 Februari 2021.

6.	Pensiunan	3
7.	Buruh Pabrik	40
8.	Buruh Tani	15
9.	Petani	32

C. Pebisnis di Dukuh Genting pada Masa Pandemi

Pandemi *coronavirus* di Indonesia diawali dengan temuan penderita penyakit *coronavirus disease 2019* (Covid-19) pada awal bulan Maret 2020. Sejak saat itu jumlah orang yang terinfeksi di Indonesia semakin meningkat hingga 1 Maret 2021, jumlah orang yang terkonfirmasi positif Covid-19 ada 1.341.314 orang, 9.212 orang sembuh, dan 159 orang meninggal dunia. Sebagai tanggapan atas pandemi ini, di beberapa wilayah telah memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) skala mikro.³⁴

Sejak adanya pandemi Covid-19 ini, semua kegiatan yang dominan tatap muka dialihkan melalui virtual, seperti di bidang pendidikan yang beralih dengan pembelajaran *online*, beberapa karyawan diharuskan untuk *work from home*. Namun, pandemi Covid-19 juga telah berakibat pada munculnya *economic shock* yang mengganggu kegiatan ekonomi bisnis secara ekstrem baik dari skala mikro, kecil, menengah, maupun besar. Hal ini berakibat pada melemahnya perekonomian Indonesia, pada kuartal III tahun 2020 berada di minus 3,49%.³⁵

³⁴Wisnoe Moerti, "Data Terkini Korban Virus Corona di Indonesia pada Maret 2021," artikel diakses pada 11 Maret 2021 dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-korban-virus-corona-di-indonesia-pada-maret-2021.html>.

³⁵Mutia Fauzia, "Indonesia Resmi Resesi, Ekonomi Kuartal III-2020 Minus 3,49 Persen," artikel diakses pada 11 Maret 2021, dari

Mengakibatkan terjadinya pengurangan karyawan besar-besaran, PHK dimana-mana, dan banyak orang yang akhirnya menjadi pengangguran.

Dampak dari pandemi Covid-19 ini pun tak terkecuali juga dirasakan oleh pebisnis di Dukuh Genting. Dampaknya langsung terasa, banyak pebisnis yang mengeluhkan mengalami penurunan penghasilan. Bisnis yang sebelum ada pandemi berjalan stabil, namun setelah adanya pandemi ini bisnis yang dijalankan rata-rata mengalami keterpurukan, dan membutuhkan waktu untuk beradaptasi. Adanya pembatasan kegiatan yang melibatkan publik dan turunnya permintaan pasar membuat dunia bisnis menjadi lesu.

“Awal-awal pandemi Covid-19 mbak, pendapatan penjualan saya menurun drastis. Jika sebelumnya dalam seminggu saya bisa kulakan tiga kali, tapi untuk saat ini paling-paling hanya seminggu sekali, itu pun menyesuaikan uang yang ada mbak.”³⁶

“Pada masa pandemi ini, produksi tempenya saya kurangi mbak. Karena harga kedelai sedang mahal, sekarang ini bisa mencapai Rp. 9.850 per kilogram mbak”.³⁷

“Pandemi ini membuat saya kesusahan mengatur jadwal COD (*Cash On Delivery*) dengan pelanggan mbak, karena ada rasa takut jika pergi keluar rumah”.³⁸

Agar bisnisnya tetap bertahan selama pandemi Covid-19 ini, pebisnis di Dukuh Genting beralih menyesuaikan dinamika pasar dengan memasarkan produknya secara *online* melalui aplikasi, seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Ada pula pebisnis yang beralih secara inovatif memproduksi produk kesehatan yang dibutuhkan pada masa pandemi Covid-19 ini, seperti masker dan

<https://money.kompas.com/read/2020/11/05/111828826/indonesia-resmi-resesi-ekonomi-kuartal-iii-2020-minus-349-persen>.

³⁶Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari, Sragen, 21 Februari 2021.

³⁷Wawancara pribadi dengan Bapak Suyanto, Sragen, 13 April 2021.

³⁸Wawancara pribadi dengan Mbak Novi Kumalasari, Sragen, 11 April 2021.

jamu tradisional. Dengan pemasaran secara *online*, pebisnis di Dukuh Genting mengatakan bahwa bisnisnya mulai berjalan agak stabil jika dibandingkan dengan awal-awal adanya Covid-19 di Indonesia.

“Sekitar bulan Maret 2020 saat itu awal-awal pandemi, saya kebetulan panen kunir mbak. Akhirnya muncul inisiatif untuk membuat jamu, karena pandemi ini banyak orang yang mencari produk kesehatan untuk menjaga imunitas tubuh”.³⁹

D. Pergeseran Bisnis *Offline* ke *Online*

Pandemi Covid-19 yang menyerang jutaan orang di berbagai dunia, telah merubah aktivitas tatap muka secara langsung menjadi aktivitas *online* atau daring. Pandemi Covid-19 juga telah merubah cara orang untuk melakukan aktivitas pemasaran, para pebisnis berusaha untuk meningkatkan kualitas pemasaran dengan melakukan hal-hal baru melalui penggunaan gadget untuk berbisnis *online*. Penggunaan gadget untuk meningkatkan pemasaran terus meningkat selama pandemi ini, untuk memaksimalkan pemasaran biasanya pebisnis menggunakan media sosial sebagai media promosi.

Data survei dari UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*) terhadap sekitar 3.700 konsumen di sembilan negara maju dan berkembang, yaitu Brasil, China, Jerman, Italia, Korea Selatan, Federasi Rusia, Afrika Selatan, Swiss, dan Turki. Setelah pandemi, lebih dari setengah responden survei memilih sering berbelanja online. Survei juga menunjukkan konsumen di negara berkembang telah melakukan peralihan terbesar ke belanja *online*.

³⁹Wawancara pribadi dengan Ibu Rini Catur Wulandari, Sragen, 14 Februari 2021.

Pandemi Covid-19 ini telah mempercepat pergeseran menuju dunia yang lebih digital.⁴⁰

Di situasi pandemi Covid-19 ini, para pebisnis di Dukuh Genting mulai menyusun strategi yang efektif agar tetap bertahan di situasi yang kritis. Jika sebelumnya kebanyakan dari pebisnis berjualan secara *offline*, adanya pandemi Covid-19 ini para pebisnis mulai beralih dengan berjualan *online*. Bisnis secara *online* dinilai efektif, karena tidak bertolak belakang dengan aturan pemerintah untuk menjaga jarak demi terputusnya rantai Covid-19. Selain itu, dengan mengembangkan bisnis *online* pebisnis di Dukuh Genting dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memiliki potensi pendapatan yang tidak terbatas.

Bagi pebisnis di Dukuh Genting, bisnis *online* dinilai sangat praktis karena tinggal mempromosikan produknya di media sosial, seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Media sosial saat ini juga bisa digunakan oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Tetapi tingkat persaingan dalam berbisnis *online* juga ketat. Setiap membuat *posting*-an di media sosial untuk promosi, terkadang tidak pasti saat itu juga ada orang yang tertarik dengan produk yang ditawarkan. Namun, dengan ketelatenan, kesabaran dan dalam menjual menggunakan cara yang baik maka ada saja orang yang tertarik dan akhirnya membeli produk yang dipromosikan.

⁴⁰Reni Lestari, "Survei UNCTAD: Pandemi Mengubah Tren Belanja Online," artikel diakses pada 14 April 2021, dari <https://m.bisnis.com/kabar24/read/20201013/19/1304375/survei-unctad-pandemi-mengubah-tren-belanja-online>.

E. Penggunaan Gadget di Kalangan Pebisnis

Gadget menurut istilah berasal dari bahasa Inggris yang berarti perangkat elektronik kecil yang memiliki fungsi khusus. Gadget adalah sebuah perangkat elektronik yang memiliki tujuan dan fungsi praktis terutama untuk membantu pekerjaan manusia. Gadget diartikan sebagai teknologi yang didesain lebih pintar jika dibandingkan dengan teknologi normal pada masa penemuannya. Gadget biasa disebut juga dengan gizmos.⁴¹

Teknologi semakin maju seiring dengan perkembangan zaman. Gadget sebagai alat teknologi pun juga mengalami perkembangan dan diminati dari berbagai kalangan. Pada masa kini gadget sudah banyak ditemui dalam bentuk telepon pintar (*smartphone*), netbook, PC, ipad, kamera digital, headphone, dan lain-lain. Fitur yang ada dalam gadget pun sudah beragam, seperti PSP, video games, MP4, dan lain-lain

Perkembangan teknologi saat ini begitu pesat, bahkan penggunaannya pun sudah merambah dari berbagai usia. Gadget sendiri bisa menggambarkan kecanggihan alat elektronik yang terus berkembang. Bahkan dapat dikatakan bahwa gadget adalah alat komunikasi yang multifungsi. Saat ini gadget dapat digunakan sebagai alat mengirim pesan, menelepon, mengirim email, menulis berbagai catatan, permainan, dan lain-lain.

Terdapat banyak bentuk dari gadget, namun secara khusus pada penelitian ini gadget yang digunakan pebisnis di Dukuh Genting adalah *smartphone* dengan berbagai macam fitur aplikasi yang ada di dalamnya.

⁴¹Chandra Anugrah Putra, "Pemanfaatan Teknologi Gadget Sebagai Media Pembelajaran," *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (2017), h. 1.

Penggunaan gadget bisa dibagi menjadi dua, yaitu sebagai media promosi dan transaksi elektronik.

1. Media Promosi

Pebisnis di Dukuh Genting menggunakan gadget sebagai media promosi. Hal ini sebagai upaya untuk mempertahankan usahanya di masa pandemi. Untuk memasarkan produknya para pebisnis memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan. Media sosial dianggap sebagai solusi yang efektif karena meminimalisir aktivitas di luar ruangan, selain itu dengan media sosial pebisnis dapat membagikan informasi dengan cepat kepada pelanggan. Sebagian besar pebisnis juga ikut bergabung dengan grup media sosial (Facebook, WhatsApp, dan Instagram).

“Dengan adanya gadget ini mbak, apalagi ditambah munculnya berbagai aplikasi media sosial, komunikasi dengan pelanggan menjadi mudah dan cepat tanpa harus bertemu secara langsung.”⁴²

“Pas pandemi ini saya aktif menggunakan media sosial untuk promosi mbak, yang saya gunakan saat ini untuk promosi itu di Facebook, WhatsApp sama Instagram. Mulai aktif membagikan gambar-gambar biasanya di pagi dan siang hari mbak ”.⁴³

“Kalau saya mbak, pandemi ini mulai beralih promosi dengan media sosial Facebook dan WhatsApp. Mulai *nge-post* barang dagangan biasanya siang jam 1 nan sama malam biasanya sebelum jam 9 mbak ”.⁴⁴

“Pandemi ini saya beralih promosi secara *online* mbak, dengan media sosial Facebook dan WhatsApp. Saya juga ikut bergabung grup jual beli di Facebook untungnya lumayan juga, jika dibandingkan dengan berjualan *offline*. Saya mulai *posting* barang jualan itu jam 7 pagi pas saya longgar dan sore mbak sekitar jam 4”.⁴⁵

⁴²Wawancara pribadi dengan Bapak Agus Riyanto, Sragen, 11 April 2021.

⁴³Wawancara pribadi dengan Ibu Rini Catur Wulandari, Sragen, 14 Februari 2021.

⁴⁴Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari, Sragen, 21 Februari 2021.

⁴⁵Wawancara pribadi dengan Ibu Susi Handayani, Sragen, 21 Februari 2021.

Dengan adanya media sosial, penyampaian pesan pemasaran melalui media promosi Facebook, WhatsApp, dan Instagram lebih menarik dan cepat sampai ke pelanggan. Sehingga mereka tertarik melihat desain promosi dan akhirnya membeli produk yang baru saja dipromosikan. Selama pandemi Covid-19 ini, konsumen lebih tertarik mengakses pesanan melalui media sosial, jika dibandingkan harus datang ke toko *offline*.

Media sosial yang paling banyak diminati pebisnis di Dukuh Genting sebagai media promosi adalah Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Di Facebook pebisnis menggunakan akun pribadinya untuk menyampaikan pesan pemasaran, selain itu juga aktif membagikan di grup-grup jual-beli area keresidenan solo. Untuk WhatsApp pebisnis juga memanfaatkannya secara maksimal dengan melakukan promosi di “status WhatsApp”. Di Instagram, pebisnis membuat akun khusus untuk berjualan yang nantinya digunakan untuk menginformasikan produk baru, sedangkan pemesanannya dilakukan melalui WhatsApp.

Pemilihan waktu yang tepat untuk mem-*posting* konten promosi juga diperhatikan oleh pebisnis di Dukuh Genting, karena ini akan berguna dan bermanfaat. Dengan mem-*posting* di waktu yang tepat dan terbaik, maka kemungkinan yang akan membaca *posting-an* juga semakin besar. Apabila banyak yang membaca *posting-an*, berdampak pada menaikkan *traffic* pengunjung, dan produk yang dijual juga dapat laku dengan cepat.

Pemilihan waktu yang tepat juga berdasarkan pada segmentasi pasar sasaran. Untuk media sosial Facebook, waktu terbaik untuk mem-*posting*

produk jualan antara jam 13.00 wib sampai jam 16.00 wib. Untuk media sosial WhatsApp, biasanya di pagi hari jam 07.00 wib, jam 13.00 wib, dan jam 20.00 wib. Untuk media sosial Instagram, biasanya mem-*posting* di jam istirahat sekitar jam 11.00 wib sampai jam 13.00 wib, dan di waktu orang sedang bersantai di jam 19.00 wib sampai 21.00 wib.

Selain pemilihan waktu yang tepat, penggunaan bahasa yang tepat dalam pembuatan pesan juga menjadi hal penting yang diperhatikan pebisnis di Dukuh Genting. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, hingga konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Pesan promosi ini dapat didukung dalam bentuk poster, video, atau testimoni dari pelanggan. Agar lebih menarik biasanya di Facebook disertai dengan menandai orang tertentu, untuk di Instagram dapat menambahkan tagar, sedangkan di WhatsApp dalam bentuk “*broadcast*” ke semua kontak. Dengan penggunaan pesan yang efektif dan efisien dapat meningkatkan pembelian dari konsumen, ada yang *repeat order*, serta memperluas jangkauan pasar.

2. Transaksi Keuangan

Pada masa pandemi Covid-19 ini, pebisnis di Dukuh Genting memanfaatkan layanan digital perbankan untuk bertansaksi dengan pelanggan. Di era digital saat ini, perbankan juga mulai merilis layanan perbankan elektronik atau disebut juga sebagai *Electronic Banking*. Dengan adanya *E-Banking* nasabah bank dapat dengan mudah memperoleh informasi, melakukan

komunikasi, dan bertransaksi melalui media elektronik. Turunan dari layanan *E-Banking* yang sering digunakan saat ini adalah *Mobile Banking*.

Mobile Banking adalah bagian dari *E-Banking* yang menyediakan informasi perbankan via *wireless*, yaitu menggunakan teknologi *smartphone* untuk mempermudah kegiatan perbankan. Dengan adanya *Mobile Banking* transaksi menjadi lebih mudah, tanpa harus datang langsung ke bank. Karena dengan satu aplikasi ini dapat menjawab semua kebutuhan nasabah.

“Untuk transaksi keuangan saya sering pakai *Mobile Banking* dari bank BRI mbak. Apalagi pas pandemi ini jadi tidak repot untuk pergi ke ATM untuk mengecek transferan yang masuk dari pelanggan”.⁴⁶

“Untuk memudahkan mengecek uang transferan yang masuk, saya menggunakan *Mobile Banking* mbak. Selain mudah dan cepat juga dapat menghindari jika adanya penipuan”.⁴⁷

Pebisnis di Dukuh Genting juga dimudahkan dengan adanya layanan *Mobile Banking*. Dengan adanya layanan *Mobile Banking* ini antara pebisnis dan pembeli sama-sama dimudahkan. Jika sebelumnya pembayaran dilakukan secara tunai, terkait dengan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) skala mikro, maka pebisnis tidak perlu bepergian ke bank atau ATM untuk mengecek transferan yang masuk dari pembeli. *Mobile Banking* mudah dibawa kemana-mana, tanpa harus takut rusak, luntur, atau hilang. Hal ini lebih menghemat waktu dan tentunya lebih efisien.

⁴⁶Wawancara pribadi dengan Ibu Rini Catur Wulandari, Sragen, 14 Februari 2021.

⁴⁷Wawancara pribadi dengan Ibu Eni Purwanti, Sragen, 11 April 2021.

F. Dampak Penggunaan Gadget Bagi Pebisnis

Penggunaan gadget memberikan banyak dampak positif bagi pebisnis di Dukuh Genting. Gadget menjadi salah satu pendorong bagi pebisnis untuk terus mengembangkan bisnisnya, membantu meningkatkan penjualan produk, melakukan interaksi dengan konsumen, serta dapat mengembangkan jaringan pasar yang luas.

1. Meningkatkan Penjualan Produk

Pemanfaatan gadget sebagai media promosi memberikan pengaruh yang positif bagi pebisnis, selain menghemat biaya juga dapat memperluas jaringan pemasaran. Penggunaan gadget sebagai media promosi juga berdampak pada pendapatan penjualan pebisnis yang semakin meningkat, dari sebelumnya hanya menjual kepada masyarakat sekitar rumah.

“Untuk pendapatan Alhamdulillah meningkat mbak, banyak pemesan dari luar kota seperti dari Ngawi, Semarang, dan Jakarta karena melihat *posting*-an saya di Instagram dan Facebook”.⁴⁸

Pernyataan Ibu Rini di atas menjelaskan bahwa penjualan jamunya mengalami peningkatan karena banyak banyak pelanggan yang berasal dari luar kota. Dan juga pernyataan dari Bapak Sukiman pebisnis kuliner.

“Dengan promosi di media sosial WhatsApp dan Facebook, Alhamdulillah orderan mie ayam semakin laris setiap harinya, sehari kadang habis 90 mangkok mie ayam terjual”.⁴⁹

Selain Bapak Sukiman yang mengalami peningkatan penjualan produk, ada juga pernyataan dari Ibu Nanik dan Bapak Suyanto.

⁴⁸Wawancara pribadi dengan Ibu Rini Catur Wulandari, Sragen, 14 Februari 2021.

⁴⁹Wawancara pribadi dengan Bapak Sukiman, Sragen, 11 April 2021.

“Setelah promosi lewat Facebook dan WhatsApp, Alhamdulillah walau sebelum pandemi sempat jatuh, sekarang orderan mulai bertambah”.⁵⁰

“Setiap promosi di WhatsApp mbak, Alhamdulillah ada saja orang yang pesan tempe”.⁵¹

Ibu Susi juga mengalami peningkatan penjualan produk roti setelah menggunakan gadget sebagai media promosi, seperti yang dikemukakan Ibu Susi berikut.

“Kalau dibilang meningkat ya meningkat mbak, soalnya kalau cuman mengandalkan pendapatan dari dititipin di warung-warung juga kurang dan saingannya juga banyak. Kalau promosi di WhatsApp dan Facebook hasilnya juga lumayan”.⁵²

Dari pernyataan di atas, dapat dijelaskan bahwa pengaruh penggunaan gadget sebagai media promosi membawa dampak yang positif bagi pebisnis karena dapat meningkatkan penjualan produk yang dipasarkan.

2. Melakukan Interaksi dengan Konsumen

Komunikasi dengan konsumen adalah hal penting yang harus dikuasai pebisnis. Pebisnis diharuskan bisa sedekat mungkin dengan konsumennya, agar konsumennya tidak berpindah ke orang lain. Adanya media sosial, dapat mempermudah pebisnis untuk berkomunikasi dengan konsumennya di mana pun mereka berada dan berapa pun jaraknya.

Tidak hanya itu, perkembangan informasi dari seluruh dunia dapat diakses oleh siapa pun dan di mana pun ia berada. Oleh karena itu, penggunaan

⁵⁰Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari, Sragen, 21 Februari 2021.

⁵¹Wawancara pribadi dengan Bapak Suyanto, Sragen, 13 April 2021.

⁵²Wawancara pribadi dengan Ibu Susi Handayani, Sragen, 21 Februari 2021.

gadget membantu pebisnis untuk terus mengembangkan produknya. Selain itu, dalam menggunakan gadget untuk media promosi juga tidak berbayar, hanya memerlukan kuota internet yang cukup.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan Mbak Novi, komunikasi dengan konsumen adalah hal yang penting sebagai strategi pemasaran.

“Mendata kebutuhan *reseller* biasanya mbak, mau pesan berapa dan dan ambil kapan, kita juga harus tahu kebutuhan pelanggan mbak. Menanyakan kualitas produk yang nantinya bisa dijadikan testimoni”.⁵³

Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Nanik komunikasi dengan konsumen merupakan hal penting, agar konsumen merasa nyaman dengan kita.

“Kalau dengan pelanggan kita harus *grapyak* mbak, selalu menjalin keakraban agar mereka merasa nyaman dengan kita. Ditanya kabarnya, mungkin ada produk yang saat ini ia butuhkan. Alhamdulillah sampai saat ini pelanggan saya masih setia membeli di tempat saya mbak”.⁵⁴

3. Mengembangkan Jaringan Pasar

Penggunaan gadget juga dapat memperluas jaringan pasar, jika sebelumnya yang membeli dari daerah-daerah terdekat, dengan promosi menggunakan media sosial dapat menembus pasar yang lebih luas lagi, dari luar kota, luar provinsi, bahkan sampai luar negeri.

Pebisnis di Dukuh Genting saat ini sudah mempunyai pelanggan yang berada di luar Kabupaten Sragen setelah melakukan pemasaran melalui media sosial. Berbeda dari sebelumnya, yang pelanggannya yang hanya dari daerah-

⁵³Wawancara pribadi dengan Mbak Novi Kumalasari, Sragen, 11 April 2021.

⁵⁴Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari, Sragen, 21 Februari 2021.

daerah terdekat di Kabupaten Sragen. Seperti yang dituturkan Ibu Rini, Ibu Eni, Mbak Novi, dan Ibu Nanik.

“Ada beberapa konsumen yang berasal dari luar daerah, seperti dari Ngawi, Semarang, dan Jakarta. Kalau yang dari jauh-jauh biasanya pesan sirup kunir asem atau jahe yang bisa tahan lama, karena di sini produksi sendiri dan tanpa bahan pengawet” (Ibu Rini).⁵⁵

“Setelah saya promosi di *instagram* mbak, ada pelanggan yang pesan obat herbal dari Aceh dan Jambi” (Ibu Eni).⁵⁶

“Ada pelanggan saya yang dari Yogyakarta mbak, terkadang beli dalam jumlah yang banyak juga” (Mbak Novi).⁵⁷

“Kalau pelanggan dari luar daerah juga ada, saya pernah mengirimkan paket sampai Jawa Timur dan Jakarta” (Ibu Nanik).⁵⁸

⁵⁵Wawancara pribadi dengan Ibu Rini Catur Wulandari, Sragen, 14 Februari 2021.

⁵⁶Wawancara pribadi dengan Ibu Eni Purwanti, Sragen, 11 April 2021.

⁵⁷Wawancara pribadi dengan Mbak Novi Kumalasari, Sragen, 11 April 2021.

⁵⁸Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari, Sragen, 21 Februari 2021

BAB III

TINJAUAN TENTANG *POSTPHENOMENOLOGY* DON IHDE

A. Biografi Don Ihde

Don Ihde dilahirkan di Hope, Kansas, Amerika Serikat pada tanggal 14 Januari 1934. Don Ihde masuk ke dalam tokoh pemikir penting di bidang filsafat teknologi kontemporer. Ia menjabat sebagai *Leading Professor* di bidang filsafat sekaligus dekan humaniora dan seni di State University of New York, Stony Brook, Amerika Serikat. Selain itu, ia juga mengepalai Technoscience Research Group di Stony Brook.

Pada tahun 1956 Don Ihde memulai pendidikannya di University of Kansas, kemudian pada tahun 1959 ia melanjutkan ke Andover Newton Theological School. Pada tahun 1964, Ihde meraih gelar doktor dengan disertasinya mengenai Paul Ricoeur di Boston University. Karirnya dimulai dari mengajar di Boston University pada tahun 1962-1964. Pada tahun 1964-1968 Ihde menjadi *associate professor* di Boston University, dan pada tahun 1968-1969 menjadi *associate professor* di Southern Illinois University. Perjalanan karirnya berlanjut pada tahun 1969 dengan menjadi *associate professor* di State University of New York di Stony Brook, dan pada tahun 1971 menjadi *professor*, dan pada tahun 1986 menjadi *Leading Professor*.⁵⁹

Dalam perjalanan karirnya, Don Ihde membidangi filsafat teknologi dan filsafat sains dengan minat khusus pada teknologi citra (*imaging technologies*),

⁵⁹Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat* (Yogyakarta: Kanisius, 2008), h. 4.

lewat penelitiannya mengenai persepsi antar budaya dan pola budaya plural. Pada tahun 1997, Ihde diangkat menjadi *Distinguished Professor* karena kontribusinya dalam bidang filsafat teknologi dan akhirnya diakui secara internasional.

Pemikiran filsafat Don Ihde berlatar belakang filsafat kontinental dengan fokus pada fenomenologi dan filsafat analitik. Ihde awalnya berada dalam fenomenologi, kemudian beralih ke filsafat teknologi, dan yang terakhir berada dalam wilayah teknoains. Pada tahun 1970-an, lewat penelitiannya di bidang persepsi Ihde mulai beralih ke wilayah filsafat teknologi. Tesis Don Ihde yang membahas persepsi, yaitu manusia “menubuh” dengan alat-alat teknologi. Menubuhnya manusia dengan alat merupakan cara persepsi tubuh manusia, dengan alat tersebut manusia dapat melakukan aktivitasnya dalam dunia. Filsafat teknologi Don Ihde disebut juga sebagai fenomenologi instrumentasi.⁶⁰

Dalam perjalanan hidupnya Don Ihde sudah banyak melahirkan berbagai karya. Karyanya antara lain: *The Philosophy of Paul Ricoeur* pada tahun 1971, *Sense and Significance* pada tahun 1973, *Post-phenomenology: Essays in the Postmodern Context* pada tahun 1973, *Listening and Voice: A Phenomenology of Sound* pada tahun 1976, *Experimental Phenomenology* pada tahun 1977, *Technics and Praxis: A Philosophy of Technology* pada tahun 1979, *Existential Technics* pada tahun 1983, *Conquences of Phenomenology* pada tahun 1986, *Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth* pada tahun 1990, *Instrumental Realism: Interface Between Philosophy of Science and Philosophy of Technology* pada tahun 1991, *Philosophy of Technology: An Introduction* pada tahun 1993,

⁶⁰*Ibid*, h. 5.

Expanding Hermeneutics: Visualism in Science pada tahun 1999, dan *Bodies in Technology* pada tahun 2002.

Selain karya yang ditulis sendiri, Don Ihde juga menyunting buku karya Paul Ricoeur: *The Conflict of Interpretations* pada tahun 1974. Menyunting buku *Descriptions* dan *Hermeneutics and Deconstructions* pada tahun 1985 bersama dengan Hugh Silverman. Menyunting buku *Phenomenology and Existentialism* pada tahun 1973 bersama dengan Richard Zaner, *Dialogues in Phenomenology* pada tahun 1975, dan *Interdisciplinary Phenomenology* pada tahun 1999. Menjadi penyunting buku bersama Evan Selinger yang berjudul *Chasing Technoscience: Matrix for Materiality* pada tahun 2003. Don Ihde telah banyak menuliskan artikel yang membahas tentang teknologi di berbagai jurnal filsafat.⁶¹

B. Postphenomenology Don Ihde

1. Pengertian Postphenomenology

Kata fenomenologi diperkenalkan pertama kali oleh Hegel lewat bukunya yang berjudul “*Phenomenology of the Spirit*” pada tahun 1870. Istilah fenomenologi sendiri berasal dari bahasa Yunani, *phainomenon* (*phainomai* artinya menampakkan diri) dan (*logos* artinya akal budi). Fenomenologi, yaitu ilmu tentang penampakan atau ilmu tentang apa yang menampakkan diri ke pengalaman subjek.⁶² Fenomenologi berupaya untuk menggambarkan hal-hal sebagaimana mereka menampakkan diri ke dalam kesadaran.⁶³

⁶¹*Ibid*, h. 6.

⁶²Donny Adian Gahral, *Pengantar Fenomenologi* (Depok: Koekoesan, 2016), h. 5.

⁶³*Ibid*, h. 7.

Berakar dari perkembangan fenomenologi, Don Ihde menggunakan istilah khusus yaitu *postphenomenologi* (pascafenomenologi). Di sini Don Ihde ingin mengkaji fenomena dari penggunaan teknologi, bukan dampak dari penggunaan teknologi. Ihde ingin menghindari berbagai penafsiran teknologi yang terlalu ekstrem, baik dari segi utopia atau distopia. Melalui analisis fenomenologisnya, Don Ihde ingin menunjukkan bagaimana hubungan antara manusia dan teknologi.

Fenomenologi yang dipakai Don Ihde dikatakan klasik, karena di dalamnya masih memakai pengalaman intuisi dan mencari kompleksitas pengalaman. Tetapi, sisi baiknya fenomenologi Don Ihde ini telah melampaui fenomenologi klasik, dalam artian telah berubah menjadi pascafenomenologi (*postphenomenology*). *Postphenomenology* Don Ihde bersifat pragmatis, karena selalu meneliti suatu hal yang konkret dan selalu melibatkan pengalaman persepsi ala Merleau Ponty dan Husserl.⁶⁴

Don Ihde menjelaskan *postphenomenology* dengan tiga tahap. Langkah pertama adalah *pragmatism and phenomenology*, langkah kedua adalah *phenomenology and pragmatism*, langkah ketiga adalah *the empirical turn*.

Langkah pertama, *pragmatism and phenomenology*. Fenomenologi yang ada di Eropa dengan pragmatisme yang ada di Amerika, secara historis keduanya lahir secara bersamaan. Keduanya termasuk filosofi baru dan bersifat radikal yang menempatkan pengalaman sebagai peran utama dalam analisis.

⁶⁴Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*, h. 24-26.

Pragmatisme pertama kali diperkenalkan oleh William James, dan akhirnya menjadi terkenal pada masa John Dewey. Dewey dan Husserl keduanya sama-sama lahir pada tahun 1859, perkembangan pemikiran filsafat mereka paralel jika dilihat dari sisi waktu.

Now, admittedly, I have here the advantage of retrospective vision; I am looking at Dewey and Husserl, pragmatism and phenomenology, from a full century later perspective. But it remains the case that there were resources then temporarily available from pragmatism, which had Husserl used them would have yielded a nonsubjectivistic and inter relational phenomenology along the lines I am now calling postphenomenology. This is why I have here paralleled Husserl and Dewey, who were exact contemporaries. This grafting of pragmatism to phenomenology constitutes a first step in a postphenomenological trajectory.⁶⁵

Dari kalimat di atas Don Ihde menjelaskan bahwa ia mempunyai keuntungan dengan melihat kembali pada karya yang dihasilkan oleh Dewey dan Husserl. Ia dapat melihat Dewey dan Husserl, pragmatisme dan fenomenologi dari perspektif satu abad kemudian. Dari sinilah akhirnya Don Ihde memparalelkan pemikiran dari Dewey dan Husserl. Memindahkan pragmatisme ke fenomenologi langkah pertama dalam *postphenomenology*.

Langkah kedua adalah *phenomenology and pragmatism*. Di langkah pertama, Don Ihde menyarankan bahwa penataan ulang epistemologi modern yang dibuat oleh pragmatisme dapat memperkaya awalan dari fenomenologi, dengan menghindari berbagai masalah subjektivisme dan idealism. Pada langkah kedua ini, Don Ihde membalikkan proses dari fenomenologi ke pragmatisme dan menyarankan fenomenologi secara historis mengembangkan

⁶⁵Don Ihde, *Postphenomenology and Technoscience* (New York: SUNY Press, 2009), h. 11.

gaya analisis pengalaman yang ketat dan radikal yang berpotensi eksperimental, dan yang seperti itu berhubungan dengan pragmatisme.

Penekanan pengalaman pada filsafat John Dewey adalah berdasarkan “eksperimental”, atau disebut juga “instrumental”. Tetapi Ihde berpendapat bahwa fenomenologi Husserl berisi tentang metode yang jika diadaptasi ke pragmatisme, nantinya akan memperkaya analisis eksperimentalnya. Ada tiga bagian dari fenomenologi untuk menunjukkan bagaimana gaya analisisnya yang ketat dari pengalaman itu terbentuk, antara lain adalah teori variasi (*variational theory*), kebertubuhan (*embodiment*), dan gagasan tentang dunia kehidupan. Ketiga bagian tersebut dapat ditemukan pada Husserl, menurut Don Ihde kebertubuhan itu selanjutnya diperkaya oleh Merleau-Ponty, sedangkan gagasan mengenai dunia kehidupan diperkaya oleh Heidegger. Gagasan ini berasal dari fenomenologi klasik, namun semuanya mengambil perannya masing-masing dalam *postphenomenology*.⁶⁶

Langkah ketiga adalah *the empirical turn*. Pada langkah ini Don Ihde bergerak melampaui pragmatisme klasik dan fenomenologi klasik, dan masuk ke dalam filsafat teknologi. Dari Dewey atau Husserl pemikirannya tidak berhubungan dengan teknologi. Terkecuali Martin Heidegger, beliau dianggap sebagai pemikir utama tentang asal mula filsafat teknologi modern akhir. Untuk menguraikan langkah ketiga yang membentuk *postphenomenology*, Ihde mencoba untuk melampaui filsafat teknologi Martin Heidegger dan melangkah pada “*empirical turn*” (berbalik ke empiris). *Empirical turn* menjadi sebuah

⁶⁶*Ibid*, h. 11-12.

frasa yang digunakan untuk menggambarkan secara khusus filsafat teknologi yang sangat kontemporer.

Langkah ketiga menuju *postphenomenology* adalah sebuah langkah untuk menjauh dari generalisasi mengenai teknologi pada umumnya dan langkah menuju pengujian teknologi dalam kekhususannya. Ini menjadi langkah untuk menjauh perspektif transendental dan penilaian terhadap multidimensi teknologi sebagai budaya material dalam dunia kehidupan. Ini juga menjadi langkah untuk menuju kebanyakan corak studi sains, yang berhubungan dengan studi kasus.⁶⁷

Don Ihde menjelaskan *postphenomenology* sebagai modifikasi dan pengembangan dari fenomenologi klasik. Di satu sisi ia mengakui peran pragmatisme klasik karena menghindari masalah dan kesalahpahaman fenomenologi sebagai filsafat yang subjektivis, dan terkadang dianggap *antiscientific*, sehingga terkunci dalam idealisme. Di sisi lain, dengan melihat sejarah perkembangan fenomenologi dari corak analisis yang tepat melalui penggunaan teori variasi, kebutubuhan, dan pemahaman dinamis tentang dunia kehidupan sebagai bahan untuk memperkaya pragmatisme. Akhirnya dengan munculnya filsafat teknologi, ditemukan juga cara bagaimana untuk menggali dan menganalisis peran teknologi dalam kehidupan sosial, pribadi, dan budaya yang dapat dilakukan secara konkret, empiris, studi teknologi dalam bentuk jamak..⁶⁸

⁶⁷*Ibid*, h. 22.

⁶⁸*Ibid*, h. 23.

2. Genealogi Pemikiran Don Ihde

Setelah membahas tentang *postphenomenology*, selanjutnya akan dibahas mengenai pemikiran tokoh filsafat yang mempengaruhi Don Ihde. Di antaranya adalah pragmatisme John Dewey, fenomenologi Edmund Husserl, fenomenologi persepsi Merleau-Ponty, dan filsafat teknologi Martin Hedegger.

a. Pragmatisme John Dewey

John Dewey lahir di Burlington, Vermont pada tahun 1859 dan wafat pada tahun 1952. Dewey adalah seorang filsuf Amerika yang sangat terkemuka. Pengaruhnya begitu besar, tidak hanya dalam bidang filsafat, tetapi juga di bidang pendidikan, estetika, dan politik. Pendidikan tingginya dimulai dari Universitas Vermont pada tahun 1875.⁶⁹ Ia menyelesaikan program doktornya dengan disertasi mengenai psikologi Kant di Universitas Johns Hopkins.⁷⁰ Ia mengajar di Universitas Minnesota dan selama sepuluh tahun mengajar di Universitas Chicago. Pada tahun 1904 sampai tahun 1930, ia pergi ke Universitas Columbia dan menjadi staf pengajar di sana.

Walaupun Dewey adalah seorang pragmatis, namun dirinya lebih suka menyebut sistemnya sebagai “instrumentalisme”. Instrumentalisme adalah usaha untuk menyusun suatu teori yang logis dan tepat dari sebuah konsep, pertimbangan, dan penyimpulan, dalam bentuknya yang bermacam-

⁶⁹Zubaedi, *Filsafat Barat: Dari Logika Baru Rene Descartes hingga Revolusi Sains ala Thomas Kuhn* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), h. 136.

⁷⁰*Ibid*, h.136.

macam. Menyelidiki bagaimana pikiran berfungsi dalam penemuan yang berdasar pada pengalaman mengenai konsekuensi yang di masa depan.⁷¹

Dalam pandangan John Dewey dunia dapat dibuat lebih baik untuk kebutuhan dan tujuan manusia, maka pikiran berfungsi untuk mentransformasikan situasi yang mengandung keraguan dan konflik, ke arah situasi yang jelas, runtut, dan tenang. Dengan demikian, berfikir bukan berarti tanpa arah, melainkan bertujuan. Tujuannya adalah memperjelas situasi yang kacau dan membingungkan itu dengan mengusulkan cara-cara yang masuk akal.⁷²

Berangkat dari pokok pandangan tersebut, Dewey menunjukkan bahwa manusia tidak akan berpikir jika tidak ada gangguan atau kesulitan yang dihadapi. Bahkan, gangguan dan kesulitan ini dapat menyebabkan manusia berpikir. Sebab menurutnya, manusia adalah wujud yang bertindak, menderita, dan menikmati kebanyakan hidupnya yang terdiri dari pengalaman yang belum reflektif.⁷³

Inilah yang dimaksud Dewey pengalaman sebagai lingkungan yang merangsang individual untuk merubah lingkungan. Jadi, pengalaman di sini adalah proses interaktif suatu organisme, termasuk manusia, dengan lingkungannya. Karena itu, pengalaman tidak hanya datang karena adanya rangsangan dari lingkungan, tetapi juga kembali pada lingkungan untuk memberikan sentuhan dan perubahan baru. Karena itu, Dewey berkata

⁷¹Juhaya S. Praja, *Aliran-Aliran Filsafat & Etika* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), h. 173.

⁷²Zubaedi, *Filsafat Barat: Dari Logika Baru Rene Descartes hingga Revolusi Sains ala Thomas Kuhn*, h. 140.

⁷³*Ibid*, h. 141.

bahwa pengetahuan hanya sebagai alat (*instrument*) untuk membuat kehidupan dan dunia di mana manusia tinggal menjadi lebih baik, dan inilah tujuan dari filsafat Dewey.

Dewey melihat manusia sebagai organisme yang berusaha menelaraskan kehidupannya yang tidak memuaskan dengan menggunakan pengetahuan dan pikirannya. Karena itu, pemikiran filsafatnya disebut instrumentalisme, sebab ia ingin melihat pengetahuan dan pikiran sebagai alat untuk membuat kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dan proses ini berjalan secara terus-menerus sehingga manusia dapat merasa optimis dalam menata masa depan, karena ia merasakan dirinya dapat mengubah dunia sesuai dengan keinginan, kemauan, dan tujuannya.⁷⁴

b. Fenomenologi Edmund Husserl

Edmund Husserl lahir di Prostějov Prossnitz, Moravia wilayah kekaisaran Austria-Hongaria pada 8 April 1859. Ayahnya bernama Adolf Abraham Husserl dan ibunya bernama Julie Husserl neé Selinger. Husserl memulai pendidikan formalnya di Veinna.⁷⁵

Husserl menjadi mahasiswa Universitas Leipzig pada tahun 1876 untuk mendalami ilmu astronomi selama tiga semester. Ia juga ikut dalam kuliah filsafat Wilhem Wundt. Pada waktu inilah, Husserl akhirnya bersahabat dengan Thomas Masaryk, mahasiswa filsafat pengagum Franz Brentano, yang pada akhirnya Franz Brentano menjadi guru yang sangat

⁷⁴*Ibid*, h. 142.

⁷⁵Adian Gahril, *Pengantar Fenomenologi*, h. 21.

berpengaruh pada perkembangan pemikiran Husserl. Pada awal musim panas di tahun 1878, Husserl mengambil kuliah di Universitas Berlin untuk mendalami ilmu matematika dan filsafat. Pada tahun 1881, Husserl pindah ke Universitas Vienna untuk melanjutkan perkuliahannya di bidang matematika, dan pada akhirnya meraih gelar doktor.

Pada 6 Agustus 1887 Edmund Husserl menikah dengan Malvine Steinsneider, dan pada tahun yang sama ia diangkat menjadi Privatdozent di Universitas Halle.⁷⁶ Pada tahun 1892, Husserl menerbitkan sebuah buku yang berjudul *Philosophie der Arithmetik: Psychologische und Untersuchungen*. Rasa ketidakpuasannya pada karya yang sebelumnya, Husserl selanjutnya menerbitkan sebuah karya monumental, yaitu *Logische Untersuchungen (Logical Investigations)*. Pada September 1901, Husserl dan istrinya pindah ke Universitas Göttingen, dan pada 26 Juni 1906 ia diangkat menjadi *ordentlichen Professor*. Sepanjang karirnya di Universitas Göttingen, yaitu tahun 1901-1916, Husserl menyempurnakan fenomenologi miliknya dan banyak memberikan kuliah fenomenologi. Pada 5 Januari 1916, Husserl menjadi professor di Universitas Freiburg. Di Freiburg, sambil memegang tiga perkuliahan *Fichtes Menschheitsideal*, Husserl terus menyiarkan pemikirannya tentang filsafat ke berbagai belahan dunia.⁷⁷

Kesadaran menurut Husserl berperan penting untuk manusia dalam mengenal sesuatu. Kesadaran akan sesuatu ada karena keterarahan kita terhadap sesuatu. Kita tidak bisa mengenal sesuatu jika tidak ada

⁷⁶*Ibid*, h. 22.

⁷⁷*Ibid*, h. 23-24.

keterarahan terhadap sesuatu. Yang ditangkap melalui kesadaran adalah berdasarkan keterarahan kita, hal ini belum sepenuhnya mengungkapkan hakikat dari sesuatu tersebut. Pemahaman tentang apa yang kita alami adalah awal untuk dapat mengungkap hakikat atau esensi dari apa yang kita lihat dan kenal.

Untuk memahami hakikat terdalam dari apa yang kita alami, maka semua asumsi yang kita miliki tentang sesuatu tersebut harus dilepaskan sementara atau ditaruh dalam kurung (*epoche*). Melalui proses *eidetic*, kita hendak mencari hakikat dari apa yang tampak. Memahami sesuatu hanya dari asumsi bisa menyesatkan manusia. Karena asumsi akan menghambat manusia untuk mengenal esensi dari suatu objek. Asumsi hanya mengenal apa yang kita sangka tentang sesuatu, tetapi esensi dari sesuatu tersebut luput dari perhatian dan pengamatan kita.

Setiap objek yang kita lihat mempunyai ciri khasnya tersendiri, yang akan membuka dirinya jika semua asumsi tentang objek tersebut dilepaskan. Yang ingin kita dapatkan dari teknik fenomenologi ini adalah esensi dari objek yang kita kenal lewat kesadaran tersebut. Dalam filsafat, teknik fenomenologi dianggap sebagai cara radikal dalam berfilsafat. Fenomenologi mempunyai metode sendiri untuk mencari kebenaran akan sesuatu, dan sering tidak sejalan dengan cara kerja filsafat tradisional. Hakikat sesuatu bahkan suatu kebenaran hanya bisa diperoleh dengan cara melepas semua asumsi, baik yang berasal dari agama, tradisi dan budaya, akal pikiran, bahkan dari ilmu itu sendiri.

Fenomenologi menolak dogmatisme dan kecurigaan terhadap premis metafisika apriori dan menekankan perhatiannya pada hal yang ada pada dirinya sendiri.⁷⁸ Kebenaran dari sesuatu tidak bisa ditentukan secara apriori sebelum hal itu dimengerti dari dalam dirinya sendiri. Husserl menolak segala bentuk objektivitas dan menempatkan manusia beserta kesadaran dan pengalamannya pada pusat proses pengetahuan. Dengan cara inilah Husserl memecahkan pemisahan antara subjek dan objek.

c. Fenomenologi Persepsi Maurice Merleau-Ponty

Merleau-Ponty lahir di Rochefort pada 14 Maret 1908, ia menikah dengan Suzanne Merleau Ponty. Jenjang pendidikannya dimulai di Jansen de Saillu School pada tahun 1923-1924, lalu pada tahun 1929 berlanjut berkuliah di Universitas Paris, dan pada tahun 1930 ia menuntaskan pendidikannya di Universitas Ecole Normale Superieure dengan mengambil jurusan pendidikan filsafat. Pemikiran Ponty mendapat pengaruh dari Martin Hedegger, Edmund Husserl, Immanuel Kant, dan Jean Paul Sarte.⁷⁹

Pada tahun 1952, Merleau Ponty diangkat menjadi ketua lembaga kajian filsafat di College de France. Fenomenologi dari Husserl berpengaruh terhadap pemikiran Merleau Ponty. Karya Merleau Ponty yang terkenal adalah *Phenomenology of Perception* yang menjadi karya utamanya dari fenomenologi. Seluruh karya dan pemikiran Merleau Ponty bertujuan untuk

⁷⁸Jozef R. Raco dan Revi Rafael H. M. Tanod, *Metode Fenomenologi Aplikasi Pada Entrepreneurship* (Jakarta: PT Grasindo, 2012), h. 33.

⁷⁹Ali Mursyid Azisi, "Maurice-Ponty dan Hasil Pemikirannya," *Yaqzhan* 6, no. 2 (2020), h. 190.

mengartikulasi hubungan subjek dan objek. Karya Merleau Ponty penuh dengan perenungan dari makna tubuh yang hidup dan juga eksis. Pada tahun 1961 Merleau Ponty wafat di usianya yang ke-53 tahun.⁸⁰

Kata persepsi berasal dari bahasa latin *percipere* yang artinya menangkap, dalam bahasa inggris *perception* juga diartikan sebagai melihat. Secara umum, persepsi dapat diartikan sebagai menangkap sesuatu yang ada di luar manusia dengan menggunakan kemampuannya dalam melihat sesuatu, menjadi peka terhadap lingkungan sekitar dengan menggunakan panca indra. Yang harus digaris bawahi dari persepsi adalah adanya keterlibatan tubuh. Persepsi dan tubuh, khususnya panca indra adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain.⁸¹

Dalam fenomenologi persepsi Merleau Ponty, pengalaman alamiah manusia terdapat pada dunia yang berwujud persepsi. Persepsi menurut Merleau Ponty akan terus mengalami perkembangan dan meluas ketika yang dibahas adalah kebutuhan manusia secara luas. Menurut Merleau Ponty tubuh bukan hanya objek dalam dunia. Tubuh adalah sarana berlangsungnya pengalaman perseptual. Tubuh adalah dasar berlangsungnya eksistensi manusia dalam dunia. Ponty membaagi pengalaman perseptual menjadi tiga bagian, yaitu pengalaman subjek, objek dalam pengalaman, dan relasi antara subjek dan objek dalam pengalaman.⁸²

⁸⁰*Ibid*, h. 191.

⁸¹*Ibid*, h. 192.

⁸²Tanius Sebastian, "Mengenal Fenomenologi Persepsi Merleau-Ponty Tentang Pengalaman Rasa," *Melintas* 32, no. 1 (2016), h. 95.

d. Filsafat Teknologi Martin Heidegger

Martin Heidegger lahir di Messkirch Baden, Jerman pada tanggal 26 September 1889. Ayahnya bernama Friedrich Heidegger dan ibunya bernama Johanna, keduanya beragama Katolik.⁸³ Pada tahun 1917 Martin Heidegger menikahi Elfride Petri dan telah dikaruniai dua orang anak. Pada tahun 1906 ia memulai pendidikannya di sekolah Gymnasium, kota Konstanz.⁸⁴ Martin Heidegger menerima gelar Doktor dalam bidang Filsafat dengan disertainya tentang *Die Lehre Vom Urteil im Psychologisme* (ajaran tentang putusan dalam psikologisme) pada tahun 1913.

Tahun 1923 Heidegger diundang ke Marburg untuk menjadi Profesor di Universitas tersebut dan diperkenalkan dengan teolog protestan kenamaan, yaitu Rudolf Bultmann. Pada tahun 1927, Heidegger mengarang sebuah karya yang menjadikan namanya terkenal dalam filsafat internasional, yaitu *Sein un Zeit* (Ada dan Waktu). Karyanya tersebut terbit dalam *Jahrbuch Fir Phanomenologie und phanomenologischen Forschung*, sebuah publikasi tahunan yang dipimpin oleh Husserl.⁸⁵ Pada tahun 1928 Heidegger menjadi professor dan menggantikan posisi Husserl. Heidegger wafat pada tanggal 26 Mei 1976 di usianya yang ke-87 tahun dan dikuburkan di kota Messkirch, Jerman.⁸⁶

⁸³Abdul Muaz, "Hermeneutika dan Mewaktu Bersama Heidegger," *Jurnal Studi Hadis Nusantara* 2, no. 2 (2020), h. 145.

⁸⁴Sriyanto dan Indri Murniawaty, *Filosof Muslim dan Modern: Biografi, Pemikiran, dan Pengaruhnya Terhadap Peradaban* (Purwokerto: UM Purwokerto Press, 2020), h. 199.

⁸⁵K. Bertens, *Filsafat Barat Kontemporer Inggris-Jerman* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 155-157.

⁸⁶F Budi Hardiman, *Heidegger dan Mistik Keseharian* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2016), h. 21-22.

Dalam filsafat teknologi Heidegger bercirikan fenomenologis, yaitu menunjukkan fondasi eksistensial dari sebuah teknologi. Ciri fenomenologi terlihat jelas dalam sebuah karyanya *Being and Time* yang mengutamakan dimensi praksis manusia (*Dasein*), dan *Being and Time* terus menjadi pokok dalam karya Heidegger selanjutnya mengenai teknologi, seperti “*The Question Concerning Technology*”. Pergantian pemikiran Heidegger I ke Heidegger II terjadi karena Heidegger menemukan bahwa pencarian Ada (*Sein*) melalui Mengada (*Seindes*) yang menanyakan Ada, yaitu *Dasein*, tidak memenuhi dan harus dimulai dari Ada itu sendiri. Alat dalam hal ini diletakkan pada dunia *Dasein*, *Dasein* adalah Ada-di-dalam-dunia.⁸⁷

Ada dua hal yang menunjukkan sifat umum dari sebuah alat. Yang pertama, alat menunjukkan keumumannya (*generality*). Alat adalah alat, terlepas dari siapa yang akan menggunakannya. Kedua, penggunaan dari alat mensyaratkan cara yang sesuai dan tertentu, yaitu satu cara yang biasa dalam menggunakan alat. Ketika menggunakan sebuah alat, alat cenderung “menghilang”. Kita tidak menyadari bahwa alat tersebut memiliki ciri-ciri tertentu, alat menarik diri ke latar belakang. Alat dianggap sebagai perpanjangan tubuh *Dasein*. Oleh karena itu, *Dasein* menangani alat secara transparan, terlibat secara terus menerus dalam aktivitas menggunakan dan memanipulasi alat itu. Alat itu sudah ada bagi *Dasein* untuk ia gunakan.⁸⁸

Alat bermanfaat karena alat dapat diandalkan, ketika digunakan alat menghilang dan memberikan tempat pada tugas yang hendak dilakukan.

⁸⁷Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*, h. 43.

⁸⁸*Ibid*, h. 64.

Alat baru disadari kehadirannya ketika terdapat kerusakan, di mana kita akan menemui ketidakbergunaannya. Alat itu menjadi jelas terlihat (*conspicuous*), yaitu terlihat jelas di depan mata alat tersebut rusak. Suatu alat juga disadari kehadirannya ketika penggunaan alat tersebut tidak pas pada tempatnya.

Ada tiga jenis entitas menurut Heidegger yang ditemui *Dasein* dalam dunia, yaitu alat (*Zuhandenes*), bukan alat (*Vorhandenes*), dan *Dasein* lain. Kita begitu merasa nyaman berada di dunia peralatan, sehingga tidak disadari kita menjadi ketergantungan pada teknologi. Ketergantungan ini disebut oleh Heidegger dengan istilah membingkai (*Ge-stell*) pandangan kita dalam teknologi. Tubuh kita seolah-olah meluas dalam alat, karena alat sehingga kita dan alat menjadi satu dalam sikap melihat sekeliling.⁸⁹

3. Teknologi Mengubah Persepsi Manusia

Penggunaan teknologi selain mengubah pengalaman manusia juga mengubah persepsi manusia. Persepsi manusia berubah ketika teknologi dijadikan mediator antara manusia dan dunia-kehidupan. Terdapat dua jenis persepsi, yaitu mikropersepsi dan makropersepsi.⁹⁰

Mikropersepsi sering disebut sebagai persepsi manusia yang langsung melalui tubuh dan semua indra. Dunia sekitar dialami secara langsung melalui tubuh manusia. Kita adalah tubuh dalam arti fenomenologis di mana kita adalah Ada-di-dalam-dunia yang mengalami gerakan, persepsi, dan emosi

⁸⁹*Ibid*, h. 69.

⁹⁰*Ibid*, h. 82.

dengan tubuh kita. Menurut Don Ihde arti tubuh di atas disebut dengan *body one*. Sedangkan, makropresepsi yaitu persepsi manusia yang diperoleh melalui struktur atau budaya di mana manusia berada. Hal ini berarti, kita adalah tubuh dilihat dari sisi masyarakat dan sosial. Tubuh tersebut oleh Ihde disebut sebagai *body two*. Di antara *body one* dan *body two* terdapat dimensi ketiga, yaitu dimensi teknologi. Pengalaman teknologi yang paling umum dialami manusia adalah relasi kebertubuhan (*embodiment relatios*), manusia mengalami dunia sekitarnya melalui alat.⁹¹

Dalam penggunaan teknologi melibatkan struktur magnifikasi dan juga reduksi. Setiap penajaman atau peningkatan ciri tertentu diikuti oleh reduksi dari ciri yang lain. Dengan adanya magnifikasi apa yang sebelumnya tidak diketahui dapat diketahui oleh manusia. Misalnya, bakteri yang sebelumnya tidak terlihat dan tidak diketahui wujudnya, ketika dilihat menggunakan mikroskop elektron, dunia proton dan neutron dapat diketahui. Pada saat yang sama juga terjadi reduksi, bakteri yang dilihat melalui mikroskop tidak dapat dilihat dalam keluasan tempat terbuka. Adanya teknologi manusia memasuki dunia baru mikropersepsi dan makropresepsi yang sebelumnya tidak diketahuinya. Selain itu, penggunaan teknologi juga mengubah persepsi waktu, ruang, dan bahasa.⁹²

a. Teknologi Mengubah Persepsi Waktu

Arloji adalah alat teknologi yang penting dan paling berpengaruh dalam peradaban manusia, arloji dapat mengubah persepsi waktu.

⁹¹*Ibid*, h. 83.

⁹²*Ibid*, h. 87.

Masyarakat yang dulunya tidak menggunakan arloji akan berbeda dengan masyarakat yang sekarang menggunakan arloji. Cara hidup dan budaya pun juga berubah karena penggunaan arloji, dengan adanya arloji konsep waktu dapat diukur dalam satuan jam.⁹³

Adanya arloji, manusia dapat membaca dan mengukur waktu dengan konsep jam. Manusia akhirnya dapat membaca waktu melalui arloji. Waktu kemudian dipersepsikan secara hermeneutis. Muka dari jam menjadi sebuah teks yang harus dibaca dan ditafsirkan. Waktu dimediasikan melalui jam. Setelah waktu dipersepsikan melalui jam, maka akan muncul pandangan mekanistik mengenai dunia sekitar. Persepsi waktu adalah persepsi yang dimediasikan dan persepsi yang hermeneutis melalui teknologi berupa arloji, jam dinding, jam digital, jam analog, dan lain sebagainya.⁹⁴

b. Teknologi Mengubah Persepsi Ruang

Persepsi ruang awalnya berubah ketika adanya peta untuk melukis permukaan bumi, terutama untuk kepentingan pelayaran laut. Peta telah mengubah persepsi ruang, seperti yang telah dilakukan arloji terhadap waktu. Melalui peta, ruang dikuantifikasikan. Ruang dan lahan yang ada direduksi menjadi satu potongan kecil yang diberi nomor di atas selembarnya.⁹⁵

⁹³*Ibid*, h. 88.

⁹⁴*Ibid*, h. 89.

⁹⁵*Ibid*, h. 91.

Lensa juga telah berpengaruh dalam mengubah persepsi ruang. Adanya teleskop telah memagnifikasi benda-benda yang letaknya sangat jauh. Ruang berubah ketika dilihat dengan teleskop. Setiap aktivitas “melihat sebagai” juga adalah aktivitas “melihat dari”, perubahan pada penglihatan juga mengakibatkan perubahan dalam pencerapan ruang tubuh. Apa yang sebenarnya berada sangat jauh sekarang dilihat sebagai sangat dekat, dan tubuh manusia akhirnya menyesuaikan kedudukannya untuk melihat sebagai yang dekat. Yang berubah di sini adalah rasa kejauhan terhadap objek penglihatan.⁹⁶

c. Teknologi Tulisan Mengubah Persepsi Bahasa

Tulisan dapat dilihat sebagai sesuatu yang mentransformasi bahasa dan pengalaman manusia. Tulisan telah mentransformasi persepsi dan pemahaman kita mengenai bahasa. Tulisan menjadi semacam teknologi bahasa, karena dalam tulisan saat penorehannya membutuhkan alat.⁹⁷

Terjadi perdebatan mengenai hubungan antara bahasa lisan dan tulisan, ada yang mengatakan bahwa secara historis dan ontologis, bahasa lisan telah terlebih dahulu ada jika dibandingkan dengan bahasa tulisan. Dalam percakapan intersubjektif, bahasa lisan muncul sebagai bahasa yang utama. Dalam hal ini, Don Ihde mengikuti pendapat Paul Ricouer bahwa dalam keadaan mempersepsi orang lain dalam kehidupan sehari-hari,

⁹⁶*Ibid*, h. 92.

⁹⁷*Ibid*, h. 93.

perwujudan bahasa yang paling eksplisit dalam relasi intersubjektif terjadi pada bahasa lisan.

Pemikiran Walter J. Ong tentang kata dan bahasa juga perlu diarahkan ke sini. Ong menunjukkan perbedaan yang ada antara bahasa lisan dan tulisan, serta bagaimana tulisan telah mengubah pengalaman manusia akan bahasa. Kedua cara berbahasa ini sebenarnya sama kedudukannya, tidak ada yang lebih unggul antara satu sama lain. Intinya, bahasa tulisan yang dimediasi oleh teknologi mempengaruhi pengalaman manusia, karena bahasa tulisan lebih bersifat artifisial jika dibandingkan dengan bahasa lisan. Sedangkan, bahasa lisan lebih bersifat alami dan akrab dengan manusia, setiap manusia pasti berbicara. Maka, tuturan bahasa lisan mendorong rasa kontinuitas dalam hidup dan rasa partisipasi, karena bahasa lisan bersifat partisipatif.⁹⁸

Dalam perjalanan sejarah manusia, budaya lisan telah beralih ke budaya tulisan, kemudian beralih ke budaya percetakan dengan munculnya mesin pencetak, dan kini masuk ke dalam budaya elektronika yang juga merupakan bahasa lisan sekunder karena melibatkan peran teknologi, seperti telepon, radio, dan TV.

Menurut Ong, tulisan telah mengubah kesadaran manusia. Dalam tulisan menghasilkan bahasa yang bersifat “bebas konteks” atau diskursus otonom, yaitu diskursus yang tidak dapat dipersoalkan atau diperdebatkan. Lain halnya dengan bahasa lisan, bahasa tulisan sudah dipisahkan dari

⁹⁸*Ibid*, h. 95.

penulisnya. Sifat kata dalam teks sudah tetap, berbeda dengan kata dalam diskursus lisan yang mengalir dan terbuka untuk perdebatan.⁹⁹

Hadirnya percetakan membuat tulisan tersebar dengan cepat, luas dan utuh, telah terjadi kuantifikasi pengetahuan dalam ukuran yang besar. Pengetahuan dapat dikelompokkan dalam kategori-kategori tertentu dan mudah diperoleh sebagai referensi. Tulisan, percetakan, dan komputer adalah cara menteknologikan bahasa. Teknologi bahasa mentransformasikan bahasa itu sendiri dan mengubah pengalaman manusia mengenai cara berkomunikasi lewat bahasa.¹⁰⁰

4. Relasi Manusia-Teknologi

Don Ihde ingin memperlihatkan bahwa ada berbagai macam pengalaman manusia dengan teknologi, hal ini dibahas dalam hubungan manusia dan teknologi. Dari pengalaman tersebut membuat manusia sadar akan betapa besarnya pengaruh dan dampak teknologi terhadap dunia kehidupannya. Don Ihde membagi relasi manusia dan teknologi menjadi empat bentuk, yaitu relasi kebertubuhan (*embodiment relations*), relasi hermeneutis (*hermeneutic relations*), relasi keberlainan (*alterity relations*), dan relasi latar belakang (*background relations*).

a. Relasi Kebertubuhan (*Embodiment Relations*)

Dalam relasi ini, alat berfungsi sebagai perpanjangan tubuh manusia. Alat menjadi bagian dari tubuh manusia dalam relasinya dengan

⁹⁹*Ibid*, h. 96.

¹⁰⁰*Ibid*, h. 99.

dunia kehidupan. Relasi ini, manusia dikatakan “menubuh” dengan alat. Alat ditempatkan di tengah sebagai mediator antara manusia dan dunia. Karena alat sudah menjadi pepanjangan tubuh dari manusia, maka alat bersifat semi-transparan.

Dalam kerangka pemikiran fenomenologi, teknologi optik dikategorikan dalam intensionalitas penglihatan. Manusia melihat dunia sekitarnya menggunakan alat optik, seperti kacamata dan teleskop. *Noema* adalah dunia sekitarnya, dan *noesis* adalah tindakan melihat. Intensionalitas ditunjukkan kepada dunia sekitarnya. Tindakan melihat ini dilakukan dengan menggunakan alat optik.

kita melihat	—	melalui alat-	—	dunia sekitar
		alat optik		kita
<i>(noesis)</i>				<i>(noema)</i>

Teknologi berada diposisi antara manusia dan dunia, yaitu dalam posisi mediasi. Intensionalitas manusia diarahkan pada dunia, dan manusia melihat dunia dengan perantara teknologi. Contoh dari relasi kebutuhan ini adalah penggunaan kacamata.¹⁰¹

Kacamata menjadi bagian dari cara kita mengalami lingkungan kita. Dalam hal ini, kacamata menarik dirinya ke belakang dan kehadirannya tidak diperhatikan. Yang menjadi fokus intensionalitas manusia adalah dunia sekitar. Kacamata tidak menonjolkan dirinya. Manusia dikatakan

¹⁰¹*Ibid*, h. 102.

sudah “menubuh” dengan kacamata tersebut. Hubungan tersebut dapat dilukiskan sebagai berikut:

(kita — kacamata) — dunia

Dalam penggunaan alat optik terdapat struktur magnifikasi dan juga reduksi. Kacamata berfungsi untuk memperbaiki rabun dekat atau rabun jauh sehingga terjadi magnifikasi dalam penglihatan. Tanpa kacamata penglihatan menjadi kabur. Dengan menggunakan kacamata penglihatan di magnifikasi agar menjadi lebih jelas dan tajam. Reduksi penglihatan terjadi ketika pandangan kita berfokus pada bagian tengah kacamata, penglihatan di pinggir kacamata menjadi kabur.¹⁰²

Dari contoh yang dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya relasi manusia-teknologi yang dinamai dengan relasi kebutuhan. Hubungan ini dapat digambarkan sebagai berikut:¹⁰³

(manusia — teknologi) → dunia

Alat teknologi sebagai perpanjangan tubuh manusia. Teknologi dianggap sudah menjadi bagian dari tubuh manusia dalam mengarahkan intensionalitas manusia kepada dunia-kehidupannya. Alat teknologi tidak menonjolkan diri karena fokus perhatian manusia tidak terdapat pada alat, namun terdapat pada tugas yang akan dilaksanakan oleh alat tersebut. Oleh karena itu, alat tidak diberi perhatian. Di sini alat tidak transparan total,

¹⁰²*Ibid*, h.103.

¹⁰³*Ibid*, h. 104.

karena masih ada perbedaan pengalaman manusia ketika menggunakan alat dengan pengalaman tidak menggunakan alat.¹⁰⁴

b. Relasi Hermeneutis (*Hermeneutic Relations*)

Relasi kedua yang dibahas oleh Don Ihde, yaitu relasi hermeneutis. Alat teknologi dibaca sebagai sebuah teks yang perlu ditafsirkan. Dalam relasi hermeneutis, alat harus benar-benar terlihat dan disadari (*opaque*) agar nantinya dapat dibaca dan ditafsirkan.¹⁰⁵ Hal ini dikarenakan suatu peristiwa belum dapat menggambarkan apa yang sebenarnya terjadi. Untuk mendapatkan fakta yang sebenarnya terjadi, perlu adanya interpretasi yang lebih mendalam terkait peristiwa tersebut. Pada akhirnya pembacaan atas peristiwa tersebut akan menjadi lebih faktual dan bermutu.¹⁰⁶

Dalam relasi hermeneutis pembacaan menjadi sebuah hal yang penting. Yang dibaca akan menjadi fokus intensionalitas manusia. Yang dibaca menggantikan dunia-kehidupan serta menjadi objek dari persepsi. Dalam relasi ini, antara persepsi dan penafsiran saling berhubungan. Persepsi pada dirinya sendiri sudah melibatkan penafsiran. Untuk mempersepsi berarti harus membaca. Membaca pun juga membutuhkan penafsiran. Contoh dari relasi ini adalah pembacaan termometer.

Membayangkan kita berada di suatu ruang tertutup yang memiliki pendingin ruangan di siang hari. Kita tidak tahu apa yang sedang terjadi di

¹⁰⁴*Ibid*, h. 107.

¹⁰⁵*Ibid*, h. 107.

¹⁰⁶Syamsul Bakri dan Dinar Bela Ayu Naj'ma, "Membangun Metodologi Penelitian Seharah Untuk Pengembangan *Islamic Studies*," *Academia* 4, no. 1 (2020), h. 51.

luar ruangan. Cuaca di luar ruangan hanya dapat diketahui lewat termometer yang terpasang di dalam ruangan tetapi menunjukkan suhu yang ada di luar ruangan. Dari sini kita harus bisa membaca termometer dan dari bacaan tersebut kita dapat mengetahui suhu yang ada di luar ruangan. Dengan membaca teks yang ada pada alat teknologi, kita bisa mengetahui dunia kehidupan yang nyata. Dunia kehidupan hanya dapat diketahui melalui proses pembacaan dan penafsiran teks yang ada pada alat teknologi.¹⁰⁷

Objek antara kita dan cuaca luar ruangan adalah alat teknologi, yaitu termometer. Apa yang dipersepsikan kita adalah termometer. Alat teknologi menjadi fokus. Kita membaca keadaan yang sebenarnya pada alat teknologi, sehingga menjadi sebuah teks yang perlu ditafsirkan. Jika teks yang ada pada alat tidak menunjukkan keadaan sebenarnya, maka keadaan dunia yang sebenarnya juga tidak akan diketahui. Relasi hermeneutis dapat digambarkan sebagai berikut:¹⁰⁸

manusia → (teknologi — dunia)

Dari relasi ini menimbulkan alat teknologi dilihat sebagai “objek”. Teknologi bercirikan material agar dapat dibaca. Dalam relasi kebutuhuan dan relasi hermeneutis, teknologi adalah sebagai sarana untuk mengetahui dunia kehidupan sekitar. Sering dikira sebagai alat saja, teknologi juga

¹⁰⁷*Ibid*, h. 110.

¹⁰⁸*Ibid*, h. 112.

adalah objek material. Kedua relasi ini, relasi kebertubuhan dan relasi hermeneutis bersifat eksistensial.¹⁰⁹

c. Relasi Keberlainan (*Alterity Relations*)

Relasi manusia-teknologi yang ketiga adalah relasi keberlainan. Dalam relasi ini, teknologi dilihat sebagai Yang-Lain atau quasi-Yang-Lain, istilah Yang-Lain dipinjam dari Emmanuel Levinas. Don Ihde mengikuti dan mengadaptasi pemikiran dari Emmanuel Levinas tentang Yang-Lain. Teknologi yang mirip manusia muncul di sini. Contohnya adalah robot yang dapat mendengar dan melihat.¹¹⁰

Robot yang bisa mendengar dan melihat, pendengaran robot tidak bisa memilah dan memilih apa yang didengarnya. Semua bunyi direkamnya.

Misalnya robot berada di ruang kuliah sedang mendengarkan kuliah dosen. Yang ia rekam bukan hanya suara dosen saja, namun semua yang ada di

dalam ruangan tersebut direkamnya. Pendengaran robot berbeda dengan pendengaran manusia yang bisa memilih bunyi apa yang ingin didengarnya.

Begitu pula penglihatan robot juga satu cakupan yang sama, tanpa terfokus pada sesuatu. Robot merekam seluruh pemandangan tanpa menyoroti hal-hal tertentu saja. Selain itu, layar gambar yang ada pada robot hanya dua dimensi saja, berbeda dengan penglihatan yang dimiliki manusia yang tiga dimensi. Manusia mempunyai intensionalitas tertentu ketika

¹⁰⁹ *Ibid*, h. 112.

¹¹⁰ *Ibid*, h. 116.

mengamati menggunakan indra. Robot juga mempunyai intensionalitas teknologis yang tentunya berbeda dengan manusia.¹¹¹

Menurut Don Ihde, teknologi yang ada dalam relasi keberlainan tidak mungkin sampai ke tahap total, karena teknologi hanya berperan sebagai perantara saja yang bersifat mengubah. Maka, relasi keberlainan digambarkan Don Ihde sebagai berikut:¹¹²

manusia → teknologi — (dunia)

Tanda kurung terletak dalam dunia, yaitu untuk menunjukkan bahwa dalam relasi keberlainan tidak harus ada atau mungkin ada relasi manusia dengan dunia melalui teknologi. Dunia menjadi latar belakang, sedangkan teknologi muncul sebagai pemegang peranan yang utama.¹¹³

d. Relasi Latar Belakang (*Background Relations*)

Dalam relasi ini, peranan teknologi sebagai yang utama beralih ke peranan teknologi sebagai latar belakang. Ini mirip dengan pandangan deisme di mana dunia membutuhkan Tuhan untuk mencipta dan menggerakkan alam, namun setelah itu Tuhan lepas tangan karena alam berjalan dengan sendirinya. Contoh dari relasi latar belakang ini dapat ditemukan pada AC.¹¹⁴

¹¹¹ *Ibid*, h. 118.

¹¹² *Ibid*, h. 120.

¹¹³ *Ibid*, h. 120.

¹¹⁴ *Ibid*, h. 122.

Mulanya harus ada seseorang yang menyalakan dan mengatur suhu AC. Baru AC nantinya akan beroperasi dengan sendirinya. Setelah alat teknologi dinyalakan, alat tersebut berfungsi di latar belakang dan kurang diperhatikan. Kita tidak terhubung secara langsung dengan alat, tetapi hanya seketika waktu saja. Kita tetap hidup di tengah-tengah lingkungan alat seperti ini, namun kita tidak menyadari akan kehadirannya.

Walaupun peranan teknologi dalam relasi ini sebagai latar belakang, teknologi masih bisa mengubah pengalaman manusia seperti halnya dalam relasi manusia-teknologi lainnya. Bedanya, dalam relasi latar belakang ini teknologi berperan sebagai kehadiran yang absen, teknologi memainkan peranannya yang bersifat tidak langsung.

Alat dengan segala bagiannya bergerak untuk menjalankan suatu fungsi. Alat adalah sarana untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu fungsi dari alat tersebut. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa teknologi merupakan kehadiran yang absen, kehadiran teknologi adalah fungsi alat teknologi yang diketahui, sedangkan absennya teknologi adalah cara kerja alat yang tidak diberi peranan penting.¹¹⁵

¹¹⁵*Ibid*, h, 123.

BAB IV
RELASI GADGET DAN PEBISNIS DUKUH GENTING PERSPEKTIF
POSTPHENOMENOLOGY DON IHDE

A. Budaya Pebisnis Masa Pandemi Covid-19

Pebisnis yang ada di Dukuh Genting bergerak di berbagai bidang, antara lain kuliner, *fashion*, farmasi, dan lain-lain. Selain itu, bisnis yang dimiliki masyarakat Dukuh Genting adalah bisnis mandiri yang dikelola oleh masyarakat itu sendiri. Sebelum adanya pandemi Covid-19, pebisnis di Dukuh Genting menjual produknya dengan cara *offline*. Penjualan langsung yang menggunakan sarana tempat sebagai medianya untuk menjual dan memasarkan produk.

Offline marketing atau pemasaran yang bertemu langsung dengan pembeli, efektif digunakan para pebisnis di Dukuh Genting karena memberikan

dampak yang signifikan jika dilakukan secara optimal. Berikut penuturan dari Ibu Tumiyati.

“Selama ini penjualan di toko stabil mbak, walaupun ada pasang surutnya tetapi jika sabar dan di telateni akan membuahkan hasil. Kuncinya itu mbak”.¹¹⁶

Dalam berbisnis *offline*, pebisnis di Dukuh Genting lebih sering memanfaatkan sistem pembayaran secara tunai. Sistem ini dinilai sangat mudah dan praktis karena pebisnis tidak perlu repot untuk menggunakan gadget dalam bertransaksi. Selain itu, pebisnis di Dukuh Genting masih ada yang memanfaatkan sistem barter sebagai alat pembayaran. Sistem barter digunakan saat pelanggan ingin membeli suatu barang, namun pelanggan tersebut sedang tidak mempunyai uang. Seperti penuturan dari Ibu Wahyu dan Ibu Tumiyati.

“Kalau untuk transaksi saya biasanya pakai tunai mbak, kadang juga ada yang mau beli sesuatu tapi tidak punya uang, biasanya barter beras ditukar dengan telur atau di tukar sesuai barang yang sedang di butuhkan”.¹¹⁷

“Setiap harinya kalau ada yang beli pasti pakai uang tunai mbak, tapi kalau ada yang mau barter beras di tukar dengan sayuran atau pecel saya juga melayani. Orang desa kalau lagi tidak punya uang, biasanya kalau butuh untuk membeli sesuatu biasanya barter beras dengan kebutuhan lainnya mbak”.¹¹⁸

Pandemi Covid-19 yang semakin menyebar ke berbagai daerah di Indonesia, mengharuskan pemerintah harus membatasi aktivitas masyarakat agar dapat menekan angka persebaran kasus Covid-19. Pebisnis Dukuh Genting yang sebelumnya menggunakan *offline marketing* bergeser ke *online marketing*. Agar

¹¹⁶Wawancara pribadi dengan Ibu Tumiyati, Sragen, 12 April 2021.

¹¹⁷Wawancara pribadi dengan Ibu Wahyu Anitasari, Sragen, 12 April 2021.

¹¹⁸Wawancara pribadi dengan Ibu Tumiyati, Sragen, 12 April 2021.

bisnisnya tetap bertahan. Pebisnis Dukuh Genting memanfaatkan gadget sebagai media promosi dan untuk transaksi keuangan. Teknologi telah mengubah persepsi manusia untuk melihat dunianya. Penggunaan teknologi pada masa pandemi Covid-19 ini telah mengubah persepsi pebisnis mengenai waktu, ruang, dan bahasa.

Penggunaan gadget bagi pebisnis di Dukuh Genting sebagai media promosi mengindikasikan bahwa gadget telah mengubah persepsi waktu. Dengan munculnya media sosial yang digunakan sebagai media promosi, pebisnis mempersepsikan waktu dengan lebih fleksibel. Jika dibandingkan pada realitas konkret, waktu tidak akan bisa diulangi dan terus berjalan maju.

Dalam media sosial, pebisnis dapat dengan mudah berinteraksi dengan pelanggan atau memilih mengabaikan sementara tanpa adanya konsekuensi akan hilangnya momentum yang dianggap penting. Seperti penuturan Bapak Suyanto berikut.

“Data kuota internet saya selalu menyala mbak, tapi kadang saya tidak selalu pegang gadget, misal jika ada pelanggan yang mengirim pesan jam 07.00 WIB, tapi saya baru membalas pesan jam 08.00 WIB, pelanggan tersebut tidak akan marah.”¹¹⁹

Waktu dalam realitas virtual dapat diulang jika seandainya pebisnis sedang sibuk dan tidak sempat untuk menanggapi pelanggan. Berbeda dengan waktu dalam realitas konkret, pelanggan menjadi kurang sabar menunggu apabila pebisnis yang dinantikan tidak membalas pertanyaannya.

Selain itu, penggunaan gadget bagi pebisnis di Dukuh Genting juga mengindikasikan bahwa gadget telah mengubah persepsi ruang. Di media sosial,

¹¹⁹Wawancara pribadi dengan Bapak Suyanto, Sragen, 13 April 2021.

pebisnis akan dihadapkan pada kehadiran ruang semu, ruang ilusi, yaitu lingkungan virtual. Selain itu, pada saat memasuki halaman media sosial di mana para pebisnis kemudian terlibat di dalamnya, maka akan terjadi suatu kondisi seperti ketika berada di dalam sebuah ruang atau lingkungan tertentu.

Pebisnis dapat memilih masuk ke dalam lingkungan yang bersifat umum, di mana dapat mengetahui apa saja yang dipikirkan dan dibicarakan semua orang yang terhubung, atau memilih masuk ke ruang khusus yang berisi satu atau hanya beberapa orang yang diinginkan saja. Seperti adanya tampilan privasi saat pebisnis mem-*posting* produknya di media sosial, yang nantinya dapat dilihat publik, teman, atau teman tertentu. Atau ikut ke dalam grup-grup tertentu di media sosial yang isinya khusus untuk mewadahi para pebisnis. Seperti penuturan Ibu Eni dan Mbak Novi berikut.

“Saya ikut grup-grup jual beli di Facebook mbak. Selain itu, setelah saya promosi di Instagram mbak, ada pelanggan yang pesan obat herbal dari Aceh dan Jambi.”¹²⁰

“Dengan promosi di media sosial saya dapat langganan dari Yogyakarta mbak. Selain itu untuk *update* produk terbaru saya bergabung di grup WhatsApp khusus reseller.”¹²¹

Hal ini menunjukkan bahwa pebisnis merasakan ia mengalami kehadiran sebuah ruang secara fenomenologis. Ia merasakan dapat berinteraksi dengan siapapun, kapanpun, dan di manapun, namun ruang tersebut adalah ilusi, berupa lingkungan virtual. Lingkungan virtual merupakan ilusi yang dibuat oleh gadget

¹²⁰Wawancara pribadi dengan Ibu Eni Purwanti, Sragen, 11 April 2021.

¹²¹Wawancara pribadi dengan Mbak Novi Kumalasari, Sragen, 11 April 2021.

untuk menunjukkan sebuah kesan fenomenologis adanya ruang luar di dalam layar gadget.

Gadget berperan dalam mengubah persepsi ruang, khususnya dalam media sosial yang digunakan pebisnis di Dukuh Genting sebagai media promosi. Gadget memagnifikasi pelanggan-pelanggan yang jarak sebenarnya berada di kejauhan menjadi lebih dekat. Keberadaan lingkungan virtual ditarik ke latar depan dan menjadi penting. Pada saat yang bersamaan juga mengalami reduksi, yaitu ruang nyata di mana pebisnis duduk untuk menggunakan gadget menarik diri ke belakang, ia menjadi tidak begitu penting.

Pebisnis mengalami sebuah pengalaman ruang yang baru, dengan layar gadget sebagai perpanjangan tubuhnya, yang di dalamnya tidak ada aturan-aturan yang mengikat seperti yang ada di dunia nyata. Ruang berubah ketika dilihat melalui gadget. Karena setiap aktivitas “melihat sebagai” juga adalah aktivitas “melihat dari”, perubahan dalam penglihatan juga mengakibatkan perubahan dalam pencerapan ruang tubuh. Apa yang sebenarnya sangat jauh sekarang dilihat sebagai yang dekat dan tubuh manusia juga ikut menyesuaikan kedudukannya untuk melihatnya sebagai yang dekat. Ruang tubuh berubah melalui gadget, apa yang sangat jauh dilihat sebagai yang dekat. Yang berubah adalah rasa kejauhan dan kedekatan terhadap objek penglihatan.

Penggunaan gadget bagi pebisnis di Dukuh Genting sebagai media promosi juga mengindikasikan bahwa gadget telah mengubah persepsi bahasa. Tulisan telah mengubah pengalaman pebisnis akan bahasa. Tulisan yang ada di media sosial menghasilkan bahasa yang “bebas konteks”. Karena di media sosial,

pebisnis berbicara melalui bahasa tulis yang cenderung lebih kompleks jika dibandingkan dalam media konvensional, seperti buku.

Melalui media sosial kemudian muncul singkatan-singkatan, penggunaan emotikon, stiker, dan meme. Penggunaan bahasa tulisan saja tidaklah cukup digunakan sebagai promosi, biasanya dikombinasikan dengan video, gambar statis maupun gambar animasi. Selain itu, biasanya pebisnis menggunakan bahasa yang singkat dan jelas, mudah dipahami, dan menggunakan kalimat persuasif untuk promosi. Seperti penuturan Ibu Rini dan Ibu Nanik berikut.

“Untuk konten promosi saya suka menggunakan video mbak, biasanya saya memanfaatkan aplikasi tiktok untuk membuat video *review* singkat produk saya.”¹²²

“Konten promosi saya suka menggunakan gambar mbak, nanti disertai deskripsi dari produknya. Tidak lupa dengan awalan salam dan kata-kata yang berkaitan keagamaan, karena saya adalah orang Islam.”¹²³

Tulisan telah mengubah pengalaman manusia akan bahasa. Tulisan di media sosial seperti di buat-buat dengan tujuan tertentu, yaitu untuk menarik dan meyakinkan calon pembeli agar mereka mau membeli produk. Tulisan dalam media sosial yang dituangkan oleh pebisnis memungkinkan munculnya gagasan yang lebih kreatif dan orisinal. Tulisan adalah cara menteknologikan bahasa. Di sini tampak bahwa gadget mengubah bentuk bahasa itu sendiri dan pengalaman pebisnis akan cara berkomunikasi lewat bahasa.

B. Relasi Gadget dan Pebisnis di Dukuh Genting

¹²²Wawancara pribadi dengan Ibu Rini Catur Wulandari, Sragen, 14 Februari 2021.

¹²³Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari, Sragen, 21 Februari 2021.

Manusia menjalani kehidupannya bersama teknologi. Pada zaman yang serba digital ini, manusia selalu menggunakan teknologi di setiap aktivitasnya. Dengan hadirnya gadget, manusia seakan tidak pernah terlepas dari gadget dalam kesehariannya. Manusia begitu merasa senang saat bersama gadget, menubuh mengalami dunianya bersama gadget.

Sama halnya dengan yang dialami oleh pebisnis di Dukuh Genting, yang berelasi dan menggunakan gadget. Pebisnis mengalami dan menghayati dunianya bersama gadget. Dalam relasi manusia dan teknologi, Don Ihde membaginya ke dalam empat bentuk relasi yang membentuk horizon dunia-kehidupan, yaitu relasi kebertubuhan (*embodiment relations*), relasi hermeneutis (*hermeneutic relations*), relasi keberlainan (*alterity relations*), dan relasi latar belakang (*background relations*).

Pemikiran Don Ihde tentang relasi manusia dan teknologi dipengaruhi oleh beberapa tokoh filsuf sebelumnya, antara lain pragmatisme John Dewey, fenomenologi Edmund Husserl, fenomenologi persepsi Merleau-Ponty, dan filsafat teknologi Martin Heidegger.

Pada bab ini peneliti akan memaparkan bagaimana relasi gadget dan pebisnis pada masa pandemi Covid-19 perspektif *postphenomenology* Don Ihde. *Postphenomenology* yang dimaksud adalah yang membagi relasi-relasi manusia dan teknologi ke dalam empat bentuk relasi yang sudah dijelaskan pada bab tiga. Selain itu, penggunaan teknologi juga mengubah pengalaman dan persepsi manusia. Dari pemaparan tersebut akan dirumuskan unsur-unsur yang membentuk kesesuaian konsep *postphenomenology*.

1. Relasi Kebertubuhan

Dalam relasi kebertubuhan, alat digunakan sebagai perpanjangan dari tubuh manusia. Dapat dikatakan bahwa manusia “menubuh” dengan alat. Alat terletak di antara manusia dan dunia, yaitu dalam posisi mediasi. Alat tidak menonjolkan diri karena fokus perhatian manusia tidak tertumpu pada alat, tetapi pada tugas yang akan dilaksanakan alat tersebut. Namun, alat tidak transparan total karena masih ada perbedaan dalam pengalaman menggunakan alat dengan pengalaman tidak menggunakan alat.¹²⁴

Penggunaan gadget bagi pebisnis di Dukuh Genting sebagai media promosi mengindikasikan adanya relasi kebertubuhan. Media sosial Facebook, WhatsApp, dan Instagram adalah aplikasi yang digunakan pebisnis di Dukuh Genting selama pandemi Covid-19 ini untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Gadget menjadi sebuah perpanjangan tubuh pebisnis, yaitu indra penglihatan. Gadget menjadi sarana untuk berkomunikasi di antara pelanggan yang berjarak jauh maupun dekat. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Bapak Agus:

“Dengan adanya gadget ini mbak, apalagi ditambah munculnya berbagai aplikasi media sosial, komunikasi dengan pelanggan menjadi mudah dan cepat tanpa harus bertemu secara langsung.”¹²⁵

Melalui gadget dunia virtual menampakkan diri menjadi tampak nyata. Lingkungan virtual yang tampak pada gadget mengubah persepsi pebisnis mengenai ruang dan waktu. Menandakan pebisnis merasakan

¹²⁴Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*, h. 107.

¹²⁵Wawancara pribadi dengan Bapak Agus Riyanto, Sragen, 11 April 2021.

kehadirannya secara fenomenologis berada “di sana”, di sebuah dunia dengan ruang dan waktu yang baru, yang terputus dari ruang dan waktu yang sesungguhnya.

Yang menjadi fokus utama pebisnis adalah apa saja yang terjadi di lingkungan virtual yang dapat di indra pebisnis, seperti memperluas jaringan pasar, berinteraksi dengan konsumen atau pelanggan, meningkatkan popularitas produk, dan lain sebagainya. Seperti penuturan Bapak Sukiman berikut.

“Untuk mem-*posting* promosi di media sosial WhatsApp dan Facebook biasanya sudah saya kasih waktu sendiri mbak, nantinya agar tidak mengganggu aktivitas produksi. Tapi kalau sudah fokus untuk promosi di media sosial, semaksimal mungkin saya membuat konten yang bagus agar calon pembeli tertarik, dan akhirnya membeli dagangan saya mbak.”¹²⁶

Pebisnis memahami semua itu melalui sebuah gadget, namun gadget bukan fokus utama, yang menjadi fokus utama adalah apa yang ada dan terjadi di lingkungan virtual media sosial.

Gadget menarik diri ke belakang, menjadi semi-transparan dan kehadirannya tidak disadari. Gadget dikatakan sudah menjadi sebagian dari tubuh pebisnis. Dengan kata lain terdapat simbiosis antara alat dengan penggunaannya dalam suatu tindakan manusiawi.¹²⁷ Hubungan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

(pebisnis – gadget) → dunia

¹²⁶Wawancara pribadi dengan Bapak Sukiman, Sragen, 11 April 2021.

¹²⁷Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*, h. 103.

Gadget menarik diri ke belakang dan tidak menonjolkan diri. Pebisnis memperhatikan lingkungan virtual media sosial dan tidak berfokus pada gadget. Gadget hanya sarana untuk mencapai lingkungan virtual media sosial. Pengalaman lingkungan virtual melalui gadget tidak pernah total transparan, karena meskipun pebisnis merasakan lingkungan virtual melalui gadget, pebisnis membutuhkan beberapa waktu untuk menyesuaikan diri dengan cara melihat layar gadget. Rasa silau dan pantulan cahaya pada layar gadget mengganggu penglihatan. Akan tetapi, setelah beradaptasi dengan gadget, gadget menjadi sebagian dari pengalaman kebertubuhan pebisnis.

Penggunaan gadget melibatkan struktur magnifikasi dan reduksi. Terjadi magnifikasi terhadap lingkungan virtual, dengan pengalaman-pengalaman baru yang dapat dialami oleh pebisnis dalam dunia media sosial yang virtual ini, seperti memperluas jaringan pasar, berinteraksi dengan konsumen atau pelanggan, meningkatkan popularitas produk, dan lain-lain. Adanya magnifikasi menjadikan fokus pebisnis kepada apa yang terjadi dalam lingkungan virtual.

Struktur reduksi terjadi pada penggunaan gadget, di mana tubuh tereduksi secara teknologis sebagai lingkungan virtual yang hadir dalam gadget. Secara intensional ia meluas melampaui batas-batas penglihatan dan pada saat yang sama keseluruhan tubuh tereduksi sebagai lingkungan virtual yang keluar dari gadget. Struktur reduksi terletak pada kekurangan melakukan promosi lewat gadget dan kelebihan promosi secara bertatap muka.

Pemakaian gadget mereduksi nuansa berkomunikasi dengan pelanggan yang bertatap muka secara langsung. Ekspresi wajah, gerakan tubuh dan cara berbicara yang berbeda merupakan ciri-ciri yang hilang dalam lingkungan virtual. Percakapan berlaku dalam ruang jarak jauh atau dekat yang tidak nyata. Kehadiran pelanggan seperti dekat meskipun secara geografis orangnya berada di tempat yang jauh. Demikianlah relasi kebertubuhan secara intensional dikatakan mentransformasikan persepsi-persepsi.

2. Relasi Hermeneutis

Dalam relasi hermeneutis, pembacaan menjadi penting. Alat teknologi dibaca sebagai sebuah teks yang perlu ditafsirkan. Di sini, alat harus terlihat dan disadari (*opaque*) supaya dapat dibaca dan ditafsirkan. Yang dibaca menjadi fokus intensionalitas manusia. Dalam relasi hermeneutis, persepsi dan penafsiran saling berhubungan. Persepsi pada dirinya sudah melibatkan penafsiran. Untuk mempersepsi berarti membaca, membaca membutuhkan penafsiran. Jika teks pada alat tidak menunjukkan keadaan sebenarnya, maka keadaan dunia sebenarnya tidak akan diketahui.¹²⁸

Penggunaan gadget bagi pebisnis di Dukuh Genting mengindikasikan adanya relasi hermeneutis, yaitu pemaknaan pesan-pesan dari pelanggan.

¹²⁸*Ibid*, h. 110.

Dalam hal ini, realitas yang direpresentasikan berada pada gadget itu sendiri
Seperti penuturan dari Ibu Susi dan Mbak Novi berikut.

“Saya pernah teledor mbak, angka 5 dan 6 sering keliru. Ketika ada pelanggan yang pesan roti 5 tapi saya membacanya 6 dan akhirnya dikomplain. Itu karena faktor usia mbak, makanya saat ini saya selalu hati-hati saya konfirmasi lagi pesannya mbak, agar tidak keliru.”¹²⁹

“Pernah keliru dalam pencatatan mbak, misal si A sudah dicatat pesan sekian, tapi dicatat kembali, akhirnya kelebihan pengirimannya. Saya kurang teliti mbak, padahal sudah dicek ulang. Tapi mulai dari itu, Inshaallah buat pelajaran ke depannya agar lebih teliti lagi.”¹³⁰

Objek antara pebisnis dan lingkungan virtual adalah gadget. Apa yang dipersepsikan adalah gadget itu sendiri. Gadget menjadi fokus utama. pebisnis membaca keadaan yang sebenarnya pada pesan yang dikirimkan oleh pelanggan, yang menjadi semacam teks yang perlu ditafsirkan.

Selain itu, penggunaan gadget sebagai media transaksi keuangan mengindikasikan adanya relasi hermeneutis. Pebisnis di Dukuh Genting memanfaatkan *Mobile Banking* untuk bertransaksi dengan pelanggan. Objek antara pebisnis dan transaksi keuangan adalah gadget. Apa yang dipersepsikan adalah fitur “catatan keuangan”, pebisnis membaca keadaan yang sebenarnya pada fitur “catatan keuangan” yang menjadi semacam teks yang perlu ditafsirkan. Dengan menafsirkan simbol tersebut, maka pebisnis dapat membaca keberadaannya dalam lingkungan virtual yang terancam adanya penipuan. Dengan adanya fitur ini, pebisnis dapat terhindarkan dari ancaman

¹²⁹Wawancara pribadi dengan Ibu Susi Handayani, Sragen, 21 Februari 2021.

¹³⁰Wawancara pribadi dengan Mbak Novi Kumalasari, Sragen, 11 April 2021.

tindak penipuan, sehingga dapat meningkatkan kehati-hatian saat bertansaksi.

Seperti penuturan dari Ibu Eni berikut.

“Adanya *Mobile Banking* memudahkan saya untuk mengecek unag transferan yang masuk mbak, sehingga dapat terhidar dari penipuan. Adanya fitur “catatan keuangan” membantu saya untuk melihat uang yang sudah masuk ke rekening.”¹³¹

3. Relasi Keberlainan

Dalam relasi keberlainan, teknologi dilihat sebagai Yang-Lain atau sebagai quasi-Yang-Lain. Istilah Yang-Lain dipinjam dari Emmanuel Levinas, orang lain sebagai Yang-Lain mempunyai perbedaan yang radikal dan tak terbatas dengan saya yang konkret diwujudkan dalam pertemuan tatap muka, yaitu ketika saya berjumpa dan berhadapan dengan wajahnya secara langsung. Relasi ini menjelaskan bahwa teknologi dapat menjadi objek yang lain yang berhadapan dengan manusia. Teknologi yang mirip manusia mengemuka di relasi keberlainan ini. Misalnya, *artificial intelligence* yang dilihat sebagai kecerdasan yang manusiawi.¹³²

Penggunaan gadget bagi pebisnis di Dukuh Genting sebagai media promosi mengindikasikan adanya relasi keberlainan. Fitur chat yang ada pada gadget adalah sebuah realitas virtual yang dalam berbagai hal berbeda dengan realitas konkret. Gadget pada dirinya sendiri tergeletak begitu saja. Begitu dinyalakan akses internetnya, gadget seperti mempunyai “hidup”-nya sendiri. Gadget menjadi objek yang menakjubkan dengan ciri quasi-hidup.

¹³¹Wawancara pribadi dengan Ibu Eni Purwanti, Sragen, 11 April 2021.

¹³²Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*, h. 116.

Ciri-ciri hubungan kebertubuhan hadir di sini, yaitu yang terjadi pada pebisnis dan gadget. Gadget menjadi sarana untuk berkomunikasi di antara pelanggan dan pebisnis yang menunjukkan ciri relasi kebertubuhan. Dalam berkomunikasi, ada semacam dialog di antara pebisnis dan pelanggan. Interaksi virtual yang terdapat pada gadget mengalami reduksi menjadi lebih sederhana, karena memang tujuannya bukan untuk memberikan pengalaman berkomunikasi dengan pelanggan secara tatap muka, tetapi “sensasi” berinteraksi dengan pelanggan. Adapun sensasi adalah sebuah ilusi. Seperti penuturan Ibu Nanik berikut.

“Berkomunikasi dengan pelanggan lewat media sosial rasanya seperti pelanggan bertatap muka secara langsung mbak, walaupun hanya lewat media sosial.”¹³³

Jika yang diinginkan adalah pengalaman berinteraksi dengan pelanggan, maka yang harus dilakukan adalah berinteraksi dengan pelanggan yang ada dalam realitas konkret, atau bertatap muka secara langsung. Maka interaksi dalam gadget ini merupakan “interaksi virtual” sebagai quasi-Yang-Lain.

“Kehadiran” manusia dalam lingkungan virtual tidak dapat dipersamakan dengan kehadiran manusia dalam lingkungan yang konkret. Lingkungan virtual adalah ruang semu yang dihasilkan secara digital, di dalamnya tidak terdapat aturan-aturan yang mengikat. Di dalam penggunaan gadget, pebisnis bebas mengunggah konten apapun, dan berinteraksi dengan pelanggan. Gadget mempunyai intensionalitas teknologis yang berbeda dengan

¹³³Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari, Sragen, 21 Februari 2021.

manusia. Dengan adanya relasi keberlainan gadget menjadi quasi-Yang-Lain yang melaluinya pebisnis dapat terhubung dengan pelanggan.

4. Relasi Latar Belakang

Dalam relasi latar belakang, peranan teknologi yang sebelumnya sebagai yang utama beralih ke peranan teknologi di latar belakang. Relasi latar belakang tidak ditandai oleh *transparency* ataupun *opacity*. Teknologi berada di latar belakang atau di pinggir seperti suatu kehadiran yang absen dan tidak diperhatikan, namun menjadi bagian pengalaman manusia di dalam lingkungan sekitarnya. Karena teknologi berperan sebagai kehadiran yang absen, teknologi memainkan peranannya yang bersifat tidak langsung. Absennya teknologi adalah cara kerja alat yang tidak diberi peranan yang penting.¹³⁴

Penggunaan gadget bagi pebisnis di Dukuh Genting sebagai media promosi mengindikasikan adanya relasi latar belakang. Gadget dalam relasi latar belakang mengharuskan adanya akses internet untuk menjalankan bisnis *online*. Penggunaan gadget sebagai media promosi di media sosial tentunya mensyaratkan adanya akses internet. Karena tanpa akses internet pebisnis tidak dapat menjalankan bisnisnya secara optimal. Seperti penuturan Mbak Novi berikut.

“Untuk kuota internet saya menggunakan Smartfren mbak. Soalnya saya pernah menggunakan Indosat, kalau di sini itu susah sinyal mbak. Kalau untuk *upload* gambar di Facebook, WhatsApp, dan Instagram pasti lama dan itu menghambat saya.”¹³⁵

¹³⁴Francis Lim, *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*, h. 122.

¹³⁵Wawancara pribadi dengan Mbak Novi Kumalasari, Sragen, 11 April 2021.

Semua aktivitas promosi di media sosial membutuhkan akses internet. Mulai dari mengirim pesan, memasarkan produk, mengakses informasi, dan media komunikasi yang cepat. Dengan adanya akses internet pebisnis di Dukuh Genting dapat dengan mudah dan cepat mengetahui jika ada pelanggan yang ingin memesan produk, dan pelanggan juga tidak akan lama menunggu balasan karena pebisnis mudah untuk dihubungi. Seperti penuturan Ibu Susi berikut.

“Untuk paket kuota internet saya menggunakan Indosat mbak. Di Dukuh Genting ini Indosat agak susah sinyalnya, terkadang pelanggan ada yang mengeluh juga kalau saya agak susah dihubungi, tapi saya selalu menyalakan data paketan internet mbak.”¹³⁶

Cara kerja dalam relasi latar belakang ini membutuhkan penggerak yang pertama, yaitu manusia untuk menyetel dan menyalakan alat. Setelah itu baru alat akan berjalan dengan sendirinya. Contohnya yaitu pada penggunaan gadget bagi pebisnis yang digunakan untuk mengakses internet. Pertama-tama pebisnis harus menyalakan dan mengatur jaringan seluler yang ada pada gadget. Gadget kemudian beroperasi sendiri menyediakan akses internet. Setelah akses internet yang ada pada gadget dinyalakan, gadget berfungsi di latar belakang dan kurang diperhatikan.

Gadget dengan segala bagiannya bergerak untuk menjalankan suatu fungsi. Gadget adalah sarana untuk mencapai tujuan, yaitu fungsi gadget tersebut. Dari sini dapat dibedakan antara fungsi gadget dan cara kerja gadget. Cara kerja gadget tidak penting atau tidak menonjol, sedangkan fungsi gadget lebih menonjol.

¹³⁶Wawancara pribadi dengan Ibu Susi Handayani, Sragen, 21 Februari 2021.

Fungsi gadget adalah untuk mengakses internet, sedangkan mesin dalam gadget bergerak dengan cara tertentu untuk menyediakan akses internet ini. Cara bergerak gadget disembunyikan atau kurang diperhatikan, sementara yang menonjol adalah akses internet yang diberikan oleh gadget.

Cara kerja gadget tidaklah penting atau justru tidak perlu diketahui. Yang penting dan utama adalah akses internet yang diberi oleh gadget. Kesenjangan bertambah di antara fungsi gadget yang mudah dijangkau oleh orang banyak, namun cara kerja gadget hanya diketahui oleh beberapa ahli teknisi. Orang biasanya tahu bagaimana menggunakan gadget, tetapi ketika gadget bermasalah dan tidak berfungsi dengan baik, hanya beberapa ahli teknisi gadget yang tahu bagaimana cara memperbaikinya.

Fungsi gadget sebagai tujuan menjadi lebih penting dan menonjol dibandingkan dengan cara kerja gadget yang merupakan sarana. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa gadget merupakan kehadiran yang absen, maksud kehadiran di sini adalah fungsi gadget yang lebih menonjol atau yang diketahui. Sedangkan absennya gadget ialah cara kerja gadget yang tidak diberi peranan yang penting.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dijelaskan mengenai relasi gadget dan pebisnis pada masa pandemi Covid-19 perspektif *postphenomenology* Don Ihde pada beberapa bab sebelumnya. Maka pada bab ini akan disampaikan kesimpulan dan saran yang terkait dengan pembahasan, yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan gadget pada masa pandemi Covid-19 mengubah persepsi pebisnis. Yakni, persepsi waktu, ruang, dan bahasa. Dengan menggunakan gadget, pebisnis mempersepsikan waktu menjadi lebih fleksibel, waktu dalam realitas virtual berbeda dengan realitas konkret, waktu dalam realitas konkret berjalan linier. Dalam mempersepsi ruang, gadget memagnifikasi pelanggan yang jaraknya sangat jauh menjadi sangat dekat, pebisnis merasakan kehadirannya dalam sebuah ruang secara fenomenologis. Dan dalam mempersepsi bahasa, gadget menjadi sarana dalam penorehan tulisan-tulisan yang ada pada media sosial, tulisan dalam media sosial mempunyai tujuan tertentu, yakni menarik calon pembeli.
2. Don Ihde membagi relasi manusia-teknologi ke dalam empat bentuk. Relasi-relasi inilah yang akhirnya memunculkan istilah *postphenomenology*. Dalam relasi kebertubuhan, gadget menjadi perpanjangan dari tubuh pebisnis, gadget menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Dalam relasi hermeneutis gadget menjadi semacam teks yang perlu ditafsirkan, pesan di

WhatsApp dan fitur catatan keuangan pada *Mobile Banking* merepresentasikan realitas yang sesungguhnya, gadget menjadi fokus utama dan menjadi sebuah teks yang perlu ditafsirkan. Relasi Keberlainan terdapat pada fitur chat di gadget yang merupakan realitas virtual, interaksi virtual menggunakan gadget disebut sebagai quasi-Yang-Lain. Dalam relasi latar belakang, kehadiran gadget menjadi absen atau berada di latar belakang, yang dimaksud absen di sini adalah cara kerja gadget dalam menyediakan akses internet, sedangkan yang lebih menonjol adalah fungsi gadgetnya, yakni menyediakan akses internet.

B. Saran

Adapun saran yang ingin peneliti berikan terkait dengan penulisan skripsi ini adalah:

1. Peneliti berharap akan ada buku-buku terjemahan terkait dengan tema *postphenomenology* Don Ihde, karena dalam proses penulisan peneliti mendapati buku-buku terkait *postphenomenology* Don Ihde dalam bahasa Inggris yang belum ada versi terjemahannya, dan bukunya sangat sulit untuk dijumpai.
2. Kepada pembaca, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi jembatan untuk memahami *postphenomenology* Don Ihde, yang nantinya dapat digunakan sebagai inspirasi untuk melihat relasi antara manusia dan teknologi.

Dengan selesainya skripsi ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun

sangatlah diharapkan. Penulis berharap, semoga apa yang sudah dipersembahkan akan menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Luthfi. "Online Culture." *Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2009): 78.
- Adian Gahral, Donny. *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Koekoesan, 2016.
- Ainin, Siti Nur. "Gadget dan Perilaku Santri dalam Kehidupan Berinteraksi (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Muhajirin Dusun Panjer Desa Tunggal Pager Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Andreas. "Relasi Gadget dengan Pelaku Tarekat di Pesantren Ahlus-Shafa Wal-Wafa Perspektif Postphenomenology Don Ihde." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Azisi, Ali Mursyid. "Maurice-Ponty dan Hasil Pemikirannya." *Yaqzhan* 6, no. 2 (2020).
- Bakri, Syamsul, dan Dinar Bela Ayu Naj'ma. "Membangun Metodologi Penelitian Seharah Untuk Pengembangan Islamic Studies." *Academia* 4, no. 1 (2020).
- Bakri, Syamsul. *Akhlaq Tasawuf*. Cet 1. Sukoharjo: EFUDEPRESS, n.d.
- Bakri, Syamsul, and M. Agus Wahyudi. "THE CONTRIBUTION OF SUFISM IN FACING COVID-19 PANDEMIC". *Spiritual Healing : Jurnal Tasawuf Dan Psikoterapi* 1 (2), 59-66.
- Bakri, S. (2019). Dakwah Sufisme Jawa dan Potret Keberagaman di Era Milenial berbasis Kearifan Lokal. *Esoterik: Jurnal Ahlak dan Tasawuf*, 5(02), 267-281.

- Bakri, S. (2020). *Islam Melayu: Mozaik Kebudayaan Islam di Singapura dan Brunei*. Surakarta: PT. Aksara Solopos.
- Bakri, S. (2016). *Tarikh Islam: Transformasi Teologi dalam Lintasan Sejarah Peradaban*. Surakarta: Bukuku Media.
- Bakri, S. (2014). Pendekatan-pendekatan Dalam Islamic Studies. *Dinika: Journal of Islamic Studies*, 12, 01.
- Bakri, S. (2014). Kebudayaan Islam Bercorak Jawa (Adaptasi Islam dalam Kebudayaan Jawa). *DINIKA: Journal of Ilismaic Studies*, 12, 02.
- Don Ihde. *Postphenomenology and Technoscience*. New York: SUNY Press, 2009.
- Farisa, Fitria Chusna. “Setahun Covid-19: Upaya Indonesia Akhiri Pandemi, dari PSBB hingga Vaksinasi.” *Kompas.com*, n.d.
<http://nasional.kompas.com/read/2021/03/02/10213641/setahun-covid-19-upaya-indonesia-akhiri-pandemi-dari-psbb-hingga-vaksinasi>.
- Fauzia, Mutia. “Indonesia Resmi Resesi, Ekonomi Kuartal III-2020 Minus 3,49

Persen.” Diakses Maret 11, 2021.

<https://money.kompas.com/read/2020/11/05/111828826/indonesia-resmi-resesi-ekonomi-kuartal-iii-2020-minus-349-persen>.

Francis Lim. *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*. Yogyakarta: Kanisius, 2008.

Hardiman, F Budi. *Heidegger dan Mistik Keseharian*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2016.

Haris Herdiansyah. “Metodologi Penelitian Kualitatif.” Jakarta: Salemba Humanika, 2010.

Hartanto, Budi. “Dunia Pasca-Manusia Menjelajahi Tema-tema Kontemporer Filsafat Teknologi.” Depok: Kepik, 2013.

Jannah, Nur. “Implikasi Teknologi Informasi pada Perilaku Sosial dan Keagamaan Siswa Kelas XI (Studi Kasus MAN I Kota Mojokerto).” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017.

K. Bertens. *Filsafat Barat Kontemporer Inggris-Jerman*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Lestari, Reni. “Survei UNCTAD: Pandemi Mengubah Tren Belanja Online.”

Bisnis.com. Last modified 2020. Diakses April 14, 2021.

<https://m.bisnis.com/kabar24/read/20201013/19/1304375/survei-unctad-pandemi-mengubah-tren-belanja-online>.

Mamik. *Metode Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama, 2015.

Moerti, Wisnoe. “Data Terkini Korban Virus Corona di Indonesia pada Maret 2021.” *merdeka.com*. Last modified 2021. Diakses Maret 11, 2021.

<https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-korban-virus-corona-di-indonesia-pada-maret-2021.html>.

Muaz, Abdul. "Hermeneutika dan Mewaktu Bersama Heidegger." *Jurnal Studi Hadis Nusantara* 2, no. 2 (2020).

Naifio, Hendrikus A B, Fakultas Filsafat, Universitas Katolik, dan Widya Mandira. "Relasi manusia dengan teknologi perspektif don ihde" (2017).

Praja, Juhaya S. *Aliran-Aliran Filsafat & Etika*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.

Putra, Chandra Anugrah. "Pemanfaatan Teknologi Gadget Sebagai Media Pembelajaran." *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (2017).

Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2010.

Raco, Jozef R., dan Revi Rafael H. M. Tanod. *Metode Fenomenologi Aplikasi Pada Entrepreneurship*. Jakarta: PT Grasindo, 2012.

Sebastian, Tanius. "Mengenal Fenomenologi Persepsi Merleau-Ponty Tentang Pengalaman Rasa." *Melintas* 32, no. 1 (2016).

Simanjuntak, Bungaran Antonius, dan Soejidto Sosrodiharjo. *Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2009.

Sragen, Badan Pusat Statistika Kabupaten. *Kabupaten Sragen Dalam Angka 2017*. BPS Kabupaten Sragen, 2017.

Sriyanto, dan Indri Murniawaty. *Filosof Muslim dan Modern: Biografi, Pemikiran, dan Pengaruhnya Terhadap Peradaban*. Purwokerto: UM

- Purwokerto Press, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Tarjo. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deppublish, 2019.
- Wibawa, Mahendra. *Konstelaasi Kebudayaan Indonesia: Budaya Media Sosial dan Game Online dalam Pandangan Filsafat Teknologi Don Ihde*. Bintang Surabaya, 2015.
- Wahyudi, M. A. (2020). Psychological Well-Being Sufism Practitioners as A Sufistic Conceling. *Jurnal Konseling Religi, 11, 01*. 145-157.
- Wahyudi, M. A. (2018) Psikologi Sufi: Tasawuf Sebagai Terapi. *Esoterik: Jurnal Ahlak dan Tasawuf, 04, 02*.
- Wahyudi, M. A. (2016). Ajaran Zuhud Dalam Pemikiran R.M.P. Sosrokartono. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Wahyudi, M. A. (2020). Kesejahteraan Psikologis Pelaku Tasawuf. Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wahyudi, M. A. (2020). Berdamai Dengan Emosi Saat Karantini Diri. KPIN (Konsorsium Psikologi Ilmiah Nusantara).
- Wahyudi, M. A., Abdillah, M., Astuti, P., Mustofa, A., Purwandari, E., & Bakri, S. (2021). Mewujudkan Generasi Cerdas melalui Sosialisasi Nomophobia di Ma'had Al-Jami'ah IAIN Surakarta. *Community Empowerment, 6(3)*, 432-437. <https://doi.org/10.31603/ce.4523>

Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.*

Jakarta: Prenada Media, 2016.

Zubaedi. *Filsafat Barat: Dari Logika Baru Rene Descartes hingga Revolusi Sains*

ala Thomas Kuhn. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2017.

“Wawancara pribadi dengan Bapak Agus Riyanto.” Sragen, 2021.

“Wawancara Pribadi dengan Bapak Bono Winarno.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Bapak Sukiman.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Bapak Suyanto.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Ibu Eni Purwanti.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Ibu Nanik Lestari.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Ibu Rini Catur Wulandari.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Ibu Susi Handayani.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Ibu Tumiyati.” Sragen, 2021.

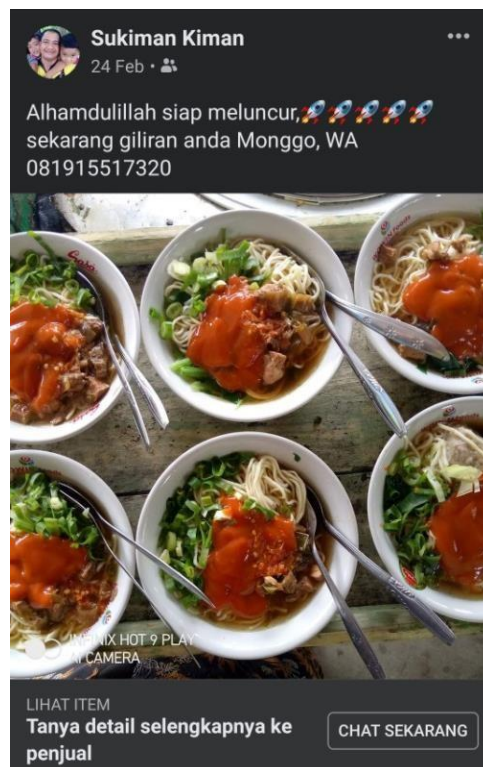
“Wawancara pribadi dengan Ibu Wahyu Anitasari.” Sragen, 2021.

“Wawancara pribadi dengan Mbak Novi Kumalasari.” Sragen, 2021.

LAMPIRAN



Gambar 2. Promosi pebisnis Dukuh Genting di media sosial Instagram



Gambar 3. Promosi pebisnis Dukuh Genting di media sosial Facebook



Gambar 4. Promosi pebisnis Dukuh Genting di media sosial WhatsApp



Gambar 5. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Nanik



Gambar 6. Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Suyanto



Gambar 7. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Tumiyati



Gambar 8. Dokumentasi Wawancara dengan Mbak Novi



Gambar 9. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Wahyu



Gambar 10. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Eni



Gambar 11. Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Sukiman



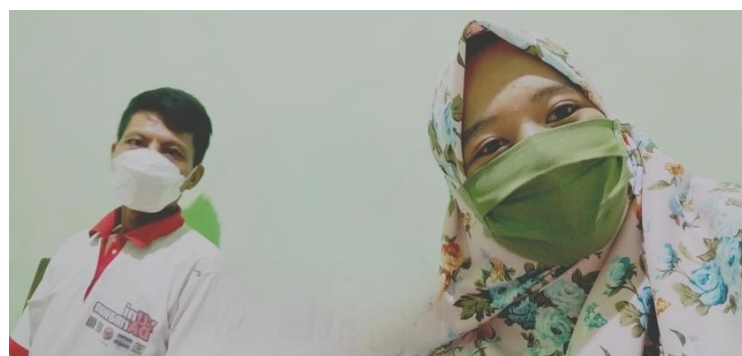
Gambar 12. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Susi



Gambar 13. Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Agus



Gambar 14. Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Rini



Gambar 15. Dokumentasi Wawancara dengan Ketua RT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP
(CURRICULUM VITAE)

I. DATA PRIBADI

1. Nama : Hanif Fitri Yantari
2. Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 16 Februari 1999
3. Alamat : Genting Rt.16/08, Ngarum, Ngrampal, Sragen
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Nomor Handphone : 085725443642
7. Email : hanifitriyantari@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri Ngarum 2 (2005-2011)
2. SMP : SMP Negeri 1 Ngrampal (2011-2014)
3. SMA : SMA Negeri 3 Sragen (2014-2017)
4. Perguruan Tinggi : IAIN Surakarta (2017-2021)