

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi bersifat dinamis dan terus berkembang termasuk teknologi informasi dan komunikasi, salah satunya adalah internet. Menurut Laquey (1997), internet merupakan jaringan dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif sehingga menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan (Ardianto, 2004: 140-141).

Internet turut mengubah bentuk masyarakat dunia, dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat dan besar dalam mempengaruhi peradaban umat manusia. Terdapat desa yang besar dengan masyarakatnya saling mengenal serta menyapa satu sama lain, sehingga dunia disebut sebagai the big village.

Berdasarkan pernyataan Marshall McLuhan di buku *Understanding Media: The Extensions of Man*, mengemukakan ide bahwa “pesan media ya medianya itu sendiri” (Marshall, 1999:7). McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia dan media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media juga mempengaruhi cakupan serta bentuk dari hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media telah berkembang dari individu ke masyarakat. Dengan media, setiap bagian dunia dapat dihubungkan menjadi “*global village*” atau desa global.

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (*cybercommunity*).

Masyarakat nyata ialah sebuah kehidupan masyarakat yang secara indrawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun melalui pengindraan. Dalam masyarakat nyata, kehidupan manusia dapat disaksikan sebagaimana apa adanya. Kehidupan masyarakat maya merupakan suatu kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindra melalui penginderaan manusia, namun mampu dirasakan serta disaksikan sebagai sebuah realitas.

Pembentukan kelompok-kelompok masyarakat dalam dunia maya, tentunya terdiri atas individu-individu maya. Individu tersebut memiliki

aspek yang beragam baik dari segi material ataupun immaterial. Keberagaman aspek tersebut turut mendapatkan fasilitas dunia maya. Mengingat dunia maya sebagai media sosial online yang sangat memungkinkan sosialisasi antar individu atau kelompok secara maya.

Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer/laptop saja tetapi dapat mengaksesnya melalui *handphone* dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telepon selular. Saat ini masyarakat tidak hanya menggunakan internet untuk berinteraksi dengan orang lain, namun juga menggunakannya sebagai sebuah sarana sosialisasi, membentuk hubungan yang lebih bertahan lama, bahkan malah dapat berkembang secara nyata di dalam kehidupan sosial. Penemuan yang disampaikan oleh manajer umum dari perusahaan penelitian Hitwise, Bill Tancer mengungkapkan bahwa semakin meluasnya *audience* pengguna internet, mengungkap fakta bahwa trafik pencarian untuk situs jejaring sosial atau situs pertemanan seperti *Friendster*, *FB*, *MySpace*, *Hi5*, *Orkut*, *tagged* dan sebagainya, telah mengalahkan para pencari situs porno. Ini menjadi indikator trend besar apa yang ada di masa mendatang (Tancer, 2008).

Situs jejaring sosial yang sangat populer saat ini adalah Facebook. Situs jejaring sosial ini lahir di Cambridge, Massachusetts 14 Februari 2004 oleh mahasiswa Harvard bernama Mark Zuckerberg. Facebook (FB) merupakan salah satu situs pertemanan atau jejaring sosial yang

belakangan sangat berkembang pesat dibanding situs pertemanan lainnya. FB sendiri adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya. Saat ini penggunaan FB di Indonesia sudah menjadi rutinitas sehari-hari, mulai dari pelajar, mahasiswa, guru, dosen, pengusaha, pengacara, politisi, artis, tokoh-tokoh dunia, dan lain-lain, dan dari berbagai kelas dan golongan karena masalah penggunaan internet sudah bukan barang yang mahal (Sahana, 2008).

Keistimewaan FB terletak pada fasilitasnya yang variatif dan cenderung mudah dipelajari. FB muncul dengan segala sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya, lewat berbagai aplikasi yang seru dalam era Web 2.0. Keberadaan fitur *chat*, *notes*, atau sistem *tag*, merupakan sebuah inovasi tersendiri. Bahkan kini, FB menjadi *hosting* foto terbesar, mengalahkan situs foto seperti Flickr atau Picasso (Enda Nasution, 2008). Lebih dari sekadar mencari teman dan memasukkannya dalam *friendlist*, situs ini bisa menawarkan lebih dari itu. *Sharing* untuk media seperti audio, video, foto, dan *notes*, merupakan salah satu wujud kebebasan yang memungkinkan siapa saja dapat mengunggah apa saja dengan segala risiko yang juga ada. Sedang untuk jaminan keamanannya bisa diatur untuk foto dan profil dalam *privacy setting*.

Facebook disebut sebagai salah satu bentuk CMC yakni termasuk dalam *World Wide Web* (WWW) atau yang dimaksud dengan Web. Situs jejaring sosial ini dapat membawa orang untuk saling berkomunikasi walaupun dipisahkan oleh ruang dalam kegiatan sehari-hari. CMC sangat membantu banyak orang untuk berkomunikasi terbukti dengan banyaknya anggota Facebook yang berasal dari penjuru dunia.

Karena fasilitas yang ditawarkan memberikan kemudahan dan manfaat yang besar serta lebih komprehensif bentuk tampilannya, maka difusi pemakaian internet bagi penggunanya begitu cepat tersebar diberbagai tempat/negara, termasuk Indonesia. Saat ini jumlah koneksi pertemanan (*friend connections*) di Indonesia mencapai 36 juta pengguna diperingkat ke delapan.

(<http://www.tempo.co/read/news/2014/02/04/072551048/10-Tahun-Facebook-Masih-Berjaya> diakses tanggal 21 Februari 2014).

Countries on Facebook

		Last week	Last 2 weeks	Last month	Last 3 months	Last 6 months
#	Country	Users	Change	(±%)	Pen.	
1.	United States	156 201 260	+493 360	+0.32%	50.35%	
2.	Canada	121 754 880	+104 118 060	+590.34%	360.65%	
3.	United Kingdom	120 303 360	+89 686 580	+292.93%	192.95%	
4.	Brazil	54 144 120	+2 976 080	+5.82%	26.92%	
5.	India	51 550 300	+1 743 280	+3.50%	4.39%	
6.	Australia	41 519 800	+30 508 200	+277.06%	195.27%	
7.	Turkey	40 365 320	+9 252 940	+29.74%	51.88%	
8.	Indonesia	36 721 020	-7 110 880	-16.22%	15.11%	
9.	Mexico	31 443 040	-4 182 500	-11.74%	27.96%	
10.	France	29 445 380	+5 144 520	+21.17%	45.46%	

Gambar 1.1 Data Pengguna Facebook Februari 2014

Menurut C. Widyo Hermawan (2009: 1-2), adanya penggunaan internet melalui media sosial telah menghadirkan sebuah *web forum* yang dapat membentuk suatu komunitas *online*. Layaknya forum diskusi, sebuah *web forum* dapat juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu sama lainnya. Sebuah forum *web online* biasanya hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang. Pada dasarnya forum *online* merupakan sebuah papan pengumuman yang tersedia dalam bentuk *online*. Namun seiring berjalannya waktu sebuah forum *online* mengalami perluasan fungsi, yaitu tidak hanya sekedar berbagi informasi melainkan sebagai sarana akomodasi antar sesama pengguna dan pihak yang memiliki forum tersebut.

Pembentukan kelompok-kelompok masyarakat dalam dunia maya, tentunya terdiri atas individu-individu maya. Individu tersebut memiliki aspek yang beragam baik dari segi material ataupun immaterial. Keberagaman aspek tersebut turut mendapatkan fasilitas dunia maya. Mengingat dunia maya sebagai media sosial online yang sangat memungkinkan sosialisasi antar individu atau kelompok secara maya.

Salah satu fasilitas bagi individu ataupun masyarakat dunia maya dalam bersosialisasi secara *online* dapat dilakukan melalui media sosial *online*. Media sosial *online* merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi

internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *social media dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial *online* turut mendukung terciptanya demokratisasi informasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah perilaku *audiens* dari yang sebelumnya mengonsumsi konten beralih ke memproduksi konten.

Komunitas Roodebrug Surabaya merupakan salah satu komunitas bagi pecinta & penikmat sejarah, kolektor-kolektor benda-benda antik atau replika, kolektor buku atau film sejarah, pemerhati sejarah, blogger sejarah, penikmat *uniform* atau *gear* militer jaman dulu, dan sebagainya yang berbau tentang sejarah. Roodebrug yang didirikan pada tanggal 1 November 2010 di Surabaya awalnya beranggotakan tidak sampai 10 orang, namun dengan kehadiran Facebook, saat ini Roodebrug mempunyai anggota sebanyak 3276 yang bergabung di Facebook milik Roodebrug Surabaya. Penggunaan Facebook lebih diminati oleh komunitas Roodebrug Surabaya daripada media sosial lainnya karena Facebook memiliki berbagai macam fitur yang dapat digunakan sebagai sarana berkomunikasi.

Roodebrug Surabaya mempunyai visi dan misi untuk mempertahankan & melestarikan warisan budaya serta eksistensi predikat Surabaya sebagai kota Pahlawan, karena saat ini banyak masyarakat Surabaya yang belum mengetahui tentang sejarah maupun bangunan-bangunan bersejarah yang berada di Surabaya. Dalam usahanya

mewujudkan visi misi tersebut, Komunitas Roodebrug mengajak masyarakat berjalan-jalan dengan istilah blusukan ke tempat-tempat bersejarah yang juga merupakan Cagar Budaya Surabaya. Karena saat ini banyak bangunan Cagar Budaya yang rusak tidak terawat contohnya seperti penjara Kalisosok.

Komunitas ini memiliki banyak kegiatan nyata yang mana sebisa mungkin segala pengetahuan kesejarahan yang ada dibagikan seluas-luasnya kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan yang secara langsung dan tidak langsung memberikan edukasi kesejarahan dan kebangsaan.

Dalam kegiatannya, Komunitas Roodebrug Surabaya tentu tidak terlepas oleh adanya penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan para anggotanya dan siapapun yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu penulis memilih Komunitas Roodebrug Surabaya untuk dijadikan sebagai objek penelitian, yang nantinya akan dikaitkan dengan penggunaan media sosial sebagai sarana saluran komunikasi bagi komunitas tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. “Bagaimana kegunaan media sosial facebook sebagai sarana komunikasi bagi komunitas Roodebrug Surabaya?”

2. “Fitur apa saja yang digunakan komunitas Roodebrug Surabaya dalam Facebook sebagai sarana komunikasi ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penggunaan media sosial facebook sebagai sarana komunikasi bagi komunitas Roodebrug Surabaya dan fitur yang digunakan oleh komunitas Roodebrug Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi sebagai bahan masukan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan pada masyarakat terutama pengguna situs media sosial Facebook dalam komunitas.