

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital seperti sekarang ini, manusia dimudahkan oleh perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat. Berbagai penemuan baru dapat dijumpai saat ini dimanapun bahkan manusia menggunakannya sebagai media komunikasi dalam berinteraksi. Teknologi menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam mempermudah setiap pekerjaan manusia. Salah satunya dalam hal komunikasi. Mudahnya setiap orang untuk berkomunikasi saat ini dimana pun dan kapanpun membawa dampak besar bagi kehidupan manusia. Ditemukannya internet yang membuka jalan media baru untuk hadir ditengah masyarakat yang memberikan layanan kemudahan dalam berinteraksi serta berkomunikasi dengan sesama pengguna membawa pengaruh besar dan kemudian membentuk budaya baru dalam berkomunikasi. Akses internet yang mudah membuat setiap orang dapat terhubung dan berkomunikasi satu dengan lainnya tanpa harus bertemu, di manapun dan kapanpun. Dengan hadirnya media baru (*new media*) memungkinkan perbedaan ruang dan waktu tidak lagi menjadi alasan penghambat komunikasi antar manusia.

Dalam berkomunikasi dan bersosialisasi manusia harus meluangkan waktu yang tentunya tidak sedikit, setiap manusia memiliki berbagai kesibukan yang tentunya menyita banyak waktu mereka untuk bersosialisasi dengan orang lain. Untuk itulah diperlukan media komunikasi baru yang dapat dilakukan tanpa harus

bertemu dan tentunya media komunikasi ini tidak menyita banyak waktu dan tempat bagi mereka. Salah satu media yang baru kini mulai dibutuhkan oleh banyak orang di dunia adalah internet. Internet membawa perubahan yang cukup signifikan bagi masyarakat. Wujud perubahan nyata sejak hadirnya internet adalah semakin membuat jarak tidak terasa lagi. Membuat segalanya menjadi semakin mudah dan efisien.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Jenis media baru sekaligus media online yang paling populer saat ini adalah media social (*social media*) yang juga sering disebut “*social networking*” (Media Sosial).

Media sosial pada dasarnya adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. Media sosial atau yang sering disebut dengan medsos adalah sarana untuk melakukan pergaulan sosial melalui jaringan internet. Para pengguna media social atau bisa juga disebut dengan user ini bisa melakukan komunikasi atau interaksi, berkirim pesan, baik pesan teks, gambar, audio hingga video, saling berbagi atau sharing, dan juga membangun jaringan atau networking. Contoh media social sendiri yang hingga saat ini paling umum digunakan adalah blog, wiki dan juga jejaring social. Untuk menarik simpati khalayak umum, internet menyajikan berbagai inovasi-inovasi baru mengikuti perkembangan zaman. Seperti halnya munculnya berbagai jenis

media sosial di dalam situs internet yang mengizinkan masyarakat untuk menggunakannya tanpa batasan ruang dan waktu. Semakin menarik konten yang terdapat pada media sosial, semakin besar pula peluang media sosial tersebut diminati oleh masyarakat. Fenomena kemunculan berbagai situs media sosial pada internet telah menjadi hal yang sangat menarik.

Berdasarkan data lembaga riset pasar e-Marketer, populasi netter Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Pada 2017, eMarketer memperkirakan netter Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan.

(https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media, diakses pada tanggal 22 Februari 2018 pukul 11.07 WIB).

Dari sekian banyak media sosial yang ada saat ini, salah satu yang cukup menarik banyak perhatian adalah Whatsapp, Whatsapp merupakan aplikasi pesan instan yang memiliki berbagai macam fitur menarik yang tidak dimiliki oleh aplikasi pesan instan lain. Pengguna Whatsapp saat ini terus bertambah dan berkembang. Bahkan menurut comScore, WhatsApp kini memiliki sekitar 35,8

juta pengguna di Indonesia. Tak hanya mempunyai jumlah pengguna yang banyak, WhatsApp pun merupakan salah satu aplikasi yang paling sering digunakan, setelah Facebook dan LINE. Hal ini terlihat dari rata-rata waktu yang dihabiskan oleh para pengguna di dalam aplikasi tersebut, yaitu sekitar delapan jam dalam sebulan. Laporan ini seolah menunjukkan keunggulan WhatsApp dibanding aplikasi chat lain, seperti Blackberry Messenger yang berada di posisi keempat dengan 34,7 juta pengguna, dan LINE yang berada di posisi ketujuh dengan 27,6 juta pengguna. (<https://id.techinasia.com/comscore-whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia> diakses 22 Februari 2018. Pukul 11.27).

Sejak perilisannya, pengguna aktif WhatsApp meledak di angka 200 juta. Angka ini membengkak dua kali lipat pada bulan Desember 2013 dan naik lagi menjadi 500 juta pada bulan April 2014. Dan per September 2015, pengguna aktif WhatsApp tercatat sebanyak 900 juta. Dan saat ini bahkan sudah digunakan oleh 1 milyar orang di 180 negara. (<https://dailysocial.id/post/apa-itu-whatsapp> diakses 22 Februari 2018. Pukul 11.56).

WhatsApp dimulai sebagai alternatif untuk SMS. Whatsapp sekarang mendukung untuk mengirim dan menerima berbagai macam media: teks, foto, video, dokumen, dan lokasi, juga panggilan suara. Pesan dan panggilan Whatsapp diamankan dengan enkripsi end-to-end, yang berarti tidak ada pihak ketiga termasuk WhatsApp yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan Anda.

WhatsApp didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton yang telah menghabiskan waktu 20 tahun di Yahoo. WhatsApp bergabung dengan Facebook pada tahun 2014, tetapi terus beroperasi sebagai aplikasi yang terpisah dengan

fokus untuk membangun layanan bertukar pesan yang bekerja dengan cepat dan reliabel di mana pun di seluruh dunia. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play.

(<https://www.whatsapp.com/about/?l=id> diakses 22 Februari 2018. Pukul 12.04).

Untuk sebuah jejaring sosial berbagi pesan yang baru tentu saja *Whatsapp* adalah sebuah inovasi baru dari sekian banyaknya aplikasi berbagi pesan yang telah ada karena kegunaan aplikasi yang terbilang lengkap yakni penggabungan mampu mengirimkan pesan berupa teks, mampu foto maupun video. Dan dapat mengirim dokumen penting. Tentu saja ini sangat berguna bagi pengguna aplikasi bila ingin membagikan dokumen penting, foto, maupun video ketika pengguna tersebut tidak mempunyai banyak waktu untuk bertemu secara langsung. Pengguna *Whatsapp* juga dapat dengan bebas menggunakan segala fitur yang ada pada aplikasi *Whatsapp*.

Namun pada rabu (25/1/2017), jejaring sosial *Whatsapp* telah menambahkan fitur baru yakni *Whatsapp Status*, fitur untuk mengunggah video maupun foto di media sosial berbagi pesan tersebut. Konsep *Whatsapp Status* bisa dikatakan mirip dengan *Status* di *LINE* atau *BBM*. Ketika pengguna menggunakan fitur *status*, akan ada notifikasi berupa munculnya tanda titik di menu *Status*. Teman *Whatsapp* pun dapat memberikan komentar kepada pemilik *Status*.

Agar dapat mengakses fitur *Whatsapp Status* tersebut, pengguna sebaiknya memperbarui *Whatsapp* ke versi terbaru. Setelah itu, buka aplikasi dan masuk ke menu *Status*, yang ada di bagian kiri bawah layar. Selanjutnya, akan ada tampilan

profil anda dan dua tombol yaitu kamera dan pensil. Jika akan membuat status maka cukup sentuh tombol pensil tersebut, kemudian akan muncul layar kosong dengan tulisan “ketik status”. Setelah itu anda dapat mengetik apapun sesuai keinginan. Juga terdapat tombol “T” untuk merubah tampilan tulisan tersebut, serta terdapat tombol Palet untuk merubah tampilan *background* untuk merubah layar belakang tersebut. Dan jika ingin membuat Status Video maka tinggal menyentuh tombol kamera, setelah itu akan muncul pilihan video yang ada di telepon genggam pengguna. Setelah itu tinggal pilih video yang ingin di ubah menjadi Status di Whatsapp.

Akan tetapi dalam penggunaan fitur tersebut pengguna terkadang masih memiliki kendala yaitu pengguna diharuskan memiliki koneksi internet yang stabil agar dapat mengunggah Status, serta tidak dapat menyaksikan status pengguna lainnya (harus berteman Whatsapp terlebih dahulu) apabila pengguna tidak berteman.

Adapun motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Berbagai motif penggunaan media tersebut kemudian dirumuskan oleh McQuail (1987:72), yaitu sebagai berikut:

1. Motif Informasi yang lebih cenderung mengarah kepada keinginan pengguna mencari informasi tentang *Whatsapp*, terutama seperti mencari informasi tentang fitur apa saja yang ada dalam *Whatsapp Status*.

2. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*) yaitu pengguna fitur *Whatsapp Status* diharapkan bisa mengeksplorasi semua potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dengan mengunggah visual thought melalui fitur Status yang ada dalam *Whatsapp*.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*) dengan adanya pengguna fitur *Whatsapp Status* (remaja) tersebut bisa dijadikan acuan untuk membina hubungan baik dengan sesama pengguna fitur *Whatsapp Status*.
4. Motif Hiburan berusaha untuk melepaskan diri dari permasalahan yang dihadapi. Dapat pula untuk mengisi waktu luang serta menjadi sarana penyaluran emosi.

Kebutuhan antara satu dengan individu yang lain berbeda sehingga motif penggunaan media dan tujuan akhir yang diperoleh pun tidak ada yang sama. Individu bebas menggunakan dan memilih media beserta isinya atau sumber-sumber lain untuk mencapai tujuan akhir yaitu memenuhi kebutuhan akan sebuah informasi dan hiburan. Jadi para remaja menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu. Artinya para remaja mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong sejumlah motif yang mempengaruhinya, ada berbagai kebutuhan yang dapat dipuaskan oleh media massa. Kita ingin mencari kesenangan, media massa dapat memberikan hiburan, kita mengalami goncangan batin, media massa memberikan kesempatan untuk melarikan diri dari kenyataan. Kita kesepian media massa juga dapat berfungsi sebagai sahabat (Rakhmat, 2004: 207).

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan media maka penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Teori tersebut adalah salah satu model teori dalam komunikasi massa. Teori ini ditekankan bahwa khalayak berperan aktif menentukan media mana yang dipilih untuk kebutuhannya. Dalam hal ini khalayak dalam menggunakan Fitur Status Whatsapp didasarkan atas kebutuhan – kebutuhan yang ingin dipenuhinya yang nantinya akan menimbulkan motif – motif untuk menggunakan Fitur Status Whatsapp, sehingga dengan menggunakan teori ini dapat menjelaskan bagaimana Motif Remaja dalam menggunakan Fitur Status Whatsapp.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap fenomena komunikasi yang terjadi di media sosial melalui Whatsapp Status.

Dalam penelitian ini subjek yang digunakan adalah Remaja, karena hingga kuartal terakhir tahun 2016, Indonesia dinyatakan sebagai negara dengan user pengguna Whatsapp nomor 2 paling aktif di seluruh dunia dan pengguna media sosial Whatsapp ini didominasi oleh remaja. Surabaya dipilih menjadi lokasi penelitian karena Surabaya menjadi kota kedua terbesar di Indonesia setelah Jakarta dan merupakan kota yang mempunyai Remaja terbanyak di Jawa Timur sebanyak 2.977.242 jiwa (berdasarkan BPS kota Surabaya tahun 2016).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang diajukan adalah : “Bagaimana Motif Remaja Surabaya Dalam Menggunakan Fitur Status Pada Aplikasi Whatsapp?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Bagaimana Motif Remaja Surabaya Dalam Menggunakan Fitur Status Pada Aplikasi Whatsapp.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan motif khalayak dalam berkomunikasi melalui internet sebagai referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengguna yang berkaitan dengan Motif Remaja Surabaya Dalam Menggunakan Fitur Status Pada Aplikasi Whatsapp.