

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh pihak lain yang dapat dipakai sebagai bahan masukan serta bahan pengkajian yang terkait dengan penelitian ini, yaitu :

- 1. Latifa Kadir 2014. “MOTIF REMAJA TERHADAP PENGGUNAAN SITUS JEJARING FACEBOK DI SAMARINDA” Jurnal *E-Komunikasi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, Samarinda.**

Dari penelitian ini ditemukan untuk motif tertinggi adalah motif integrasi dan interaksi sosial yang kemudian disusul dengan motif hiburan dan motif informasi. Pernyataan tertinggi dari motif integrasi dan interaksi sosial adalah responden dapat memperoleh informasi dan pengetahuan baru. Pengguna Facebook lebih dapat melihat perkembangan terbaru atau informasi terbaru apa yang dia dapatkan di dalam Facebook itu sendiri. Sedangkan motif terendah adalah motif identitas pribadi, karena walaupun pengguna jejaring sosial Facebook dapat mengamati kegiatan orang lain secara virtual, mencari orang yang lebih spesifik, bertemu dengan orang baru dan mengamati secara diam-diam, tetapi ternyata bukan motif inilah yang dipilih oleh pengguna jejaring sosial Facebook. Karena dalam memperbaharui status yang mempunyai nilai tertinggi, melalui memperbaharui status itulah pengguna jejaring sosial dapat memperbaharui status dengan menunjukkan eksistensi

dirinya, menunjukkan dirinya siapa, dan pengguna dapat melakukan pencitraan terhadap dirinya sendiri kepada orang lain. Kemudian dalam memperbaharui status pengguna juga dapat melihat perkembangan terbaru, dimana berbagai informasi dan keingintahuan kita terhadap orang lain dapat kita lihat melalui beranda Facebook. Kemudian melihat status orang lain kita juga dapat memuaskan keingintahuan kita terhadap orang lain dan siapa orang tersebut dapat kita kenal melalui status-statusnya. Berdasarkan hasil penelitian, *new media* dengan bentuk jejaring sosial, dalam hal ini Facebook menunjukkan bahwa penggunaanya lebih cenderung pada motif memperbaharui status, dengan adanya berbagai indikator di dalam memperbaharui status ini sendiri, antara lain: memperbaharui status pribadi, melihat perkembangan terbaru melalui beranda, dan melihat status orang-orang. Namun karena konsep dasar Facebook yaitu jejaring sosial dimana kegunaan jejaring sosial sendiri adalah berhubungan sosial atau berkomunikasi dengan orang lain, maka menarik untuk diteliti bagaimana penggunaan motif jejaring sosial itu sendiri terjadi.

2. **Drestya A. D. 2007. "MOTIF MENGGUNAKAN SOCIAL MEDIA PATH PADA MAHASISWA DI SURABAYA". Jurnal COMMONLINE DEPARTEMEN KOMUNIKASI. Program Studi Ilmu Komunikasi VOL. 3, NO. 3.**

Hasil dalam penelitian ini bahwa: Motif dengan nilai paling tinggi yaitu pada motif *Passing Time* ini menunjukkan bahwa Mahasiswa banyak menggunakan sosial media Path saat di waktu senggang atau waktu luang mereka, karena fitur yang ada pada Path tidak membosankan. Motif kedua pada *Entertainment*

yaitu social media Path dapat menjadi hiburan bagi gunanya, dan *mengepost* foto dan mengomentari menjadi sebuah bentuk hiburan bagi mereka. Motif ketiga tertinggi yaitu *Motif Convenience* dimana menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas dengan menggunakan social media Path, karena fasilitas yang ditawarkan dan kepraktisan yang diusung oleh Path itu sendiri. Keempat adalah Motif adalah *Seeking Information* mengenai mendapatkan Informasi melalui Path karena lingkup pertemanan yang kecil pada *social media Path*. Mahasiswa menjadi lebih mudah mendapatkan informasi mengenai info perkuliahan dan info- info lainnya dari temen Path mereka. Kelima adalah *Motif Utility*, pada motif yang berhubungan dengan kegunaan dari *social media Path* tidak terlalu berbeda dengan *social media* lainnya. Yang membedakan fasilitas yang ditawarkan *social media Path* membuat mereka merasa lebih nyaman dalam berinteraksi dan dalam penggunaannya dengan bukti nilai pada pernyataan nomer satu mengenai kenyamanan menggunakan *social media Path* mendapat nilai tertinggi, ini juga membuktikan tujuan *social media Path* untuk menawarkan keintiman dan kenyamanan bagi penggunanya terpenuhi.

3. **Yunita, Christine Yulianti 2014. “KEPUASAN PENONTON TERHADAP PROGRAM JEJAK PETUALANG TRANS7”. Jurnal Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta.**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1)Program Jejak Petualang, Trans|7memuaskan untuk karakteristik responden laki-laki pada motif

integratif personal dan integratif sosial, pada responden perempuan hanya motif integratif sosial yang memperoleh kepuasan. (2) Berdasarkan intensitas menonton diperoleh hasil responden yang selalu menonton program Jejak Petualang, Trans7 kepuasan diperoleh pada motif kognitif dan sering menonton program tersebut setiap minggunya tidak mendapatkan kepuasan pada semua motif dan responden dengan intensitas kadang-kadang menonton mendapatkan kepuasan pada motif integratif personal dan integratif sosial. (3) Berdasarkan kesediaan responden meluangkan waktu untuk menonton diperoleh hasil responden yang sering meluangkan waktu memperoleh kepuasan pada motif integratif sosial dan responden yang kadang-kadang meluangkan waktu untuk menonton program tersebut memperoleh kepuasan pada motif integratif personal dan integratif sosial. (4) Berdasarkan uji T-test diperoleh hasil tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kebutuhan dan kepuasan pada motif kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial dan pelarian.

Persamaan antara ketiga penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan teori *uses and gratifications* serta menggunakan remaja sebagai objek penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan penulis lakukan adalah peneliti ingin mencari tahu penggunaan fitur status pada aplikasi whatsapp dikarenakan fitur status merupakan fitur baru yang disediakan oleh whatsapp.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, manusia sudah tentu memerlukan interaksi dengan manusia lain. Interaksi yang dilakukan bisa dalam bentuk komunikasi verbal maupun non verbal. Komunikasi merupakan cara berhubungan antara satu dengan yang lain. Sehingga komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris “Communication” berasal dari kata latin “Communicatus”, atau communication atau communicare yang berarti “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian, kata komunikasi mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Riswandi (2009:1)

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni proses primer dan sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Sedangkan proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media utama. (Onong, 2000:11)

Media kedua yang dimaksud pada proses komunikasi sekunder seperti surat, telepon, email, teks, surat kabar, radio, televisi, internet, dan lain-lain. Media tersebut digunakan karena letak komunikator dan komunikan berada di tempat yang relatif jauh dan tentunya agar proses komunikasi berjalan dengan lancar.

Harold Lasswell dalam Onong Uchjana (2000:10) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*. Atau jika dirubah menjadi bahasa Indonesia menjadi “komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.2.1.2 Komponen Komunikasi

Dalam berkomunikasi, diperlukan komponen komunikasi. Unsur-unsur yang membuat sebuah komunikasi dapat berlangsung. Menurut Harold D. Laswell dalam Deddy Mulyana (2007: 69-72), komponen-komponen komunikasi adalah:

1. Komunikator (*source*), Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau negara.
2. Pesan (*message*), pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tersebut. Pesan mempunyai 3 komponen yaitu makna, digunakan untuk menyampaikan pesan, dan bentuk atau organisasipesan.
3. Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan.
4. Komunikan (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan, penerima pesan menafsirkan seperangkat simbol verbal

dan atau nonverbal yang dia terima.

5. Umpan balik (*effect*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya. Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya terhibur, menambah pengetahuan, perubahan sikap, atau bahkan perubahan perilaku.

Elemen-elemen tersebut kemudian terlibat dalam proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Proses tersebut yang disebut sebagai komunikasi oleh Laswell. Esensi dari komunikasi tidak hanya menyampaikan dan menerima pesan. Namun jauh lebih dari itu, dimana terjadi perubahan sikap, pandangan, maupun perilaku komunikan terkait dengan pesan yang dikomunikasikan.

Dalam fenomena komunikasi kelima elemen komunikasi yang terkandung dalam paradigma Lasswell mutlak selalu ada. Penelitian ini merupakan penelitian mengenai elemen komunikasi pesan pada proses pembuatan atau produksi pesan oleh pengguna Whatsapp Status. Komunikasi juga berarti proses pemusatan pesan dengan menggunakan informasi.

2.3 Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (1989) komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang, atau diantaranya sekelompok kecil orang-orang dengan efek dan dengan peluang umpan balik seketika. (Effendy, 2003:60)

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara

tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya. (Mulyana, 2007:73)

2.3.1 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mempunyai beberapa tujuan, antara lain (Muhammad, 2007 :165-168)

a. Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

b. Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media

massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

c. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

d. Berubah Sikap Dan Tingkah Laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah.

e. Untuk Bermain Dan Kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

f. Untuk Membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

2.4 Internet

Internet berasal dari kata *Interconnection Networking*, yang berarti hubungan dari banyak jaringan computer dengan berbagai tipe dan jenis, dengan menggunakan tipe komunikasi, seperti telepon, satelit dan lainnya. Manfaat dari internet banyak sekali, internet dapat bermanfaat jika digunakan dengan baik, untuk mencari informasi edukasi ataupun yang bersifat positif, dan dapat menjadi buruk jika digunakan dalam hal negatif seperti kekerasan, pornografi, dan segala yang negatif.

Internet memungkinkan pengguna komputer di seluruh dunia untuk saling berkomunikasi dan berbagai informasi dengan cara saling mengirimkan email, menghubungkan komputer satu ke komputer yang lain, mengirim dan menerima *file* dalam bentuk *text*, audio, video, membahas topic tertentu pada *newsgroup*, *website social networking*, dan lain-lain. Faktor utama yang berperan dalam pesatnya pertumbuhan internet adalah potensi *e-commerce*, atau transaksi jual-beli melalui internet. (Severin dan Tankard, 2005: 444).

Dengan internet, permasalahan seperti jarak, ruang dan waktu seakan tak berarti. Dengan adanya internet, manusia dihadapkan pada bukti nyata bahwa komunikasi bisa dilakukan dengan mudah tanpa perlu bertatap muka terlebih dahulu. Jika dahulu harus menulis surat dan harus mengirimkan melalui kantor pos, maka dengan hadirnya internet, manusia hanya perlu menggunakan email yang lebih simpel, cepat, efisien, serta tanpa menggunakan biaya.

2.4.1 Sejarah Internet

Istilah internet berasal dari bahasa Latin Inter, yang berarti “*antara*” sedangkan Net berasal dari *network* yang berarti jaringan, secara kata per kata internet berarti jaringan antara atau penghubung. Memang itulah fungsinya, internet menghubungkan berbagai jaringan yang tidak saling bergantung pada satu sama lain sedemikian rupa, sehingga mereka dapat berkomunikasi. Sistem apa yang digunakan pada masing-masing jaringan tidak masalah, apakah sistem DOS atau UNIX.

Dengan demikian, definisi internet ialah “jaringannya jaringan”, dengan menciptakan kemungkinan komunikasi antar jaringan di seluruh dunia tanpa bergantung kepada jenis komputernya.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (Advanced Research Project Agency Network), di mana mereka mendemonstrasikan bagaimana penggunaan hardware dan software komputer

yang berbasis UNIX, dimana dengan menggunakan proyek tersebut kita bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon.

Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan, kehandalan, seberapa besar informasi dapat dipindahkan, dan akhirnya semua standar yang mereka tentukan menjadi cikal bakal pembangunan protokol baru yang sekarang dikenal sebagai Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP).

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer. Pada saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat (US Department of Defense) membuat sistem jaringan komputer yang tersebar dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat yang apabila terjadi perang sehingga dapat dengan mudah dihancurkan.

Pada mulanya ARPANET hanya menghubungkan 4 situs saja yaitu Stanford Research Institute, University of California, Santa Barbara, University of Utah, di mana mereka membentuk satu jaringan terpadu pada tahun 1969, dan secara umum ARPANET diperkenalkan pada bulan Oktober 1972. Tidak lama kemudian proyek ini berkembang pesat di seluruh daerah, dan semua universitas di negara tersebut ingin bergabung, sehingga ARPANET kesulitan untuk mengaturnya.

Oleh sebab itu ARPANET dipecah menjadi dua, yaitu "MILNET" untuk keperluan militer dan "ARPANET" baru yang lebih kecil untuk keperluan non-militer seperti, universitas-universitas. Gabungan kedua jaringan akhirnya dikenal dengan nama DARPA Internet yang kemudian disederhanakan menjadi Internet.

Mengkategorikan internet dalam salah satu bentuk media massa yang ada sekarang ini memang tidaklah mudah karena internet menawarkan potensi terdesentralisasi dan lebih demokratis dibandingkan yang ditawarkan oleh media massa sebelumnya (Supriyanto, 2005:445). Karena itulah banyak pakar menyebut internet sebagai media transisional, menurut McManus dalam Severin dan Trankard (2009:4):

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan penyiaran sekarang bergabung dalam internet.
2. Internet merupakan pergeseran dari kalangan media menuju media yang melimpah.
3. Internet merupakan pergeseran mengarah kepuasan masa audien kolektif menuju kepuasan group atau individu.
4. Internet merupakan pergeseran dari media satu arah ke media interaktif.

Penggabungan teknologi dalam internet dapat dilihat dengan adanya informasi yang diakses pada internet berupa data teks, gambar, animasi, video, suara, atau kombinasi diantaranya, bahkan komunikasi bisa dilakukan secara langsung dengan suara dan video sekaligus, hal tersebut yang dinamakan multimedia. Internet mengubah seluruh bentuk informasi maupun data dari format analog ke format digital sehingga dikirim dalam satuan bit (*binary digit*). Informasi yang dikirim merupakan format digital sehingga mengarah pada penciptaan produk-produk yang mampu melakukan fungsi audio visual sekaligus komputasi.

Ciri lain dari internet adalah interaktifitas, yaitu kemampuan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan komputer dan memiliki dampak

pada pesan apapun yang sedang dibuat, program-program yang dapat digunakan dalam berinteraksi dengan orang lain, diantaranya ruang *chatting* atau dengan *sharing* mengirim email. Hal inilah yang menyebabkan khalayak semakin banyak beralih menggunakan internet sebagai media informasi dan komunikasi mereka. Interaktifitas yang lebih besar dalam internet akan terjadi dengan cara pemberian informasi daripada persuasi, lebih banyak kontrol oleh pengguna, lebih banyak aktifitas oleh pengguna, bukan komunikasi satu arah melainkan dua arah. Komunikasi terjadi ditempat yang tidak sebenarnya. (Severin dan Tankard, 2005:448-449).

2.5 Media Baru Dan Media Sosial

2.5.1 Pengertian Media Baru

Media baru memiliki ciri saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai pengirim dan penerima pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada di mana-mana. (Mcquail, 2011:43)

Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahn dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek

modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan. (Poster, dalam McQuail, 2011:151).

New media atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk semua media komunikasi yang berlatar belakang teknologi komunikasi dan informasi. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam (McQuail, 2011). Media baru dapat berarti “sebuah rangkaian perubahan yang luas pada produksi media, distribusi media, dan penggunaan media”. (Lister, M., Dovey, J., Giddings, & Kelly, K., 2003, p.9).

Oleh sebab itu, media baru juga dapat diartikan sebagai kumpulan teknologi yang melahirkan wadah interaksi kepada pengguna. Media baru memungkinkan pengguna berinteraksi. Proses komunikasi media baru berbeda dengan komunikasi yang dilakukan oleh media konvensional atau media massa. Media baru memungkinkan para pengguna dapat berkomunikasi secara timbal balik atau komunikasi dua arah.

2.5.2 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Kemunculan internet telah membawa dampak yang signifikan terhadap cara orang mengonsumsi media. Tidak sedikit orang menggunakan

internet, di Indonesia yang memiliki penduduk 262 juta jiwa, pengguna internet menurut lembaga riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, populasi pengguna internet Tanah Air mencapai 143,26 juta orang pada 2017. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang> diakses pada tanggal 26 Maret 2018).

Bagi masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja, tidak ada hari tanpa media sosial. Bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone. Seakan media sosial sudah menjadi candu. Pemanfaatan sosial media dalam proses berkomunikasi semakin populer. Hal ini telah menunjukkan bahwa sosial media merupakan media pilihan yang digemari publik pada saat ini. Bahkan, sudah banyak ponsel yang menyediakan fitur-fitur yang terhubung dengan internet sehingga siapapun dapat mengakses sosial medianya dengan cepat dan mudah dimanapun berada. Selayaknya media massa, sosial media juga dapat menyebarkan informasi kepada publik secara luas tanpa diketahui dengan berbagai informasi. Dampaknya, informasi-informasi tersebut hanya mengalir begitu saja tanpa arti.

Media massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu bekerja dan hasil yang ingin dicapai. Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, umumnya adalah surat kabar, radio, televisi. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa

adalah bahwa media massa mampu membuat komunikasi menjadi efisien, artinya suatu pesan dapat diterima komunikan yang berjumlah relatif banyak.

2.6 Aplikasi Whatsapp

Whatsapp merupakan aplikasi berbagi pesan. Whatsapp merupakan pelesetan dari frasa what's up yang berarti apa kabar. WhatsApp dimulai sebagai alternatif untuk SMS. Whatsapp mendukung untuk mengirim dan menerima berbagai macam media: teks, foto, video, dokumen, dan lokasi, juga panggilan suara. Pesan dan panggilan diamankan dengan enkripsi end-to-end, yang berarti tidak ada pihak ketiga termasuk WhatsApp yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan pengguna.

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.

Adapun Fitur-fitur utama yang ada di aplikasi Whatsapp, yaitu :

1) Pesan

Sistem sosial pada aplikasi Whatsapp adalah dengan menjadi teman dengan memiliki nomor telepon pengguna lain. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Whatsapp dapat terjalin dengan mudah melalui pesan yang dikirim oleh pengguna lainnya. Pesan merupakan fitur utama dalam aplikasi Whatsapp, dalam mengirimkan pesan pada aplikasi whatsapp, pengguna tidak

perlu khawatir karena aplikasi whatsapp tidak dipungut biaya atau dalam istilah lain gratis karena Whatsapp menggunakan koneksi internet.

2) Panggilan Suara dan Video

Selain dapat mengirimkan pesan secara gratis, pengguna Whatsapp juga dapat melakukan panggilan suara ataupun panggilan video.

3) View Contacs

Anda dapat melihat kontak di phonebook.

4) Copy/paste

Setiap kalimat perbincangan dapat di copy dan paste dengan menggunakan cara menahan pada kalimat yang akan di copy atau akan dipaste.

5) Smile /icon

Untuk menambah serunya percakapan, pengguna dapat menambahkan emoticons dengan beragam pilihan seperti senyum, sedih, awan, bintang, matahari.

6) Block

Fitur ini digunakan untuk memblokir seseorang pada teman whatsapp agar tidak dapat mengirim pesan ataupun telepon. (<https://www.whatsapp.com>) diakses pada tanggal 26 maret 2018 pukul 13.12 WIB)

2.6.1 Whatsapp Status Pada Aplikasi Whatsapp

Beberapa fitur yang disediakan oleh aplikasi Whatsapp adalah Status. Fitur baru ini hampir sama seperti Snapchat dan Instagram Stories, Status yang diunggah oleh pengguna akan hilang dalam waktu 24 jam. Didalam fitur status terdapat profil, jam status tersebut dibuat, reply untuk membalas status tersebut,

serta tombol mute dan cancel. Whatsapp status sebagai sarana media social untuk berbagi *moment* dan berbagi informasi serta mencari informasi kebutuhan yang diperlukan kepada sesama pengguna.

2.7 Motif

Motif memiliki empat indikator, yang diantaranya adalah informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. “Dapat ditambahkan bahwa semua hal dalam urusan tersebut (informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan) dapat dikatakan sama dengan pernyataan motif dan tujuan yang disadari.” (Mcquail, 2002 : 73)

Motif seseorang menggunakan media juga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan kegunaan media yang digunakan. Dengan demikian, penyebab penggunaan media terletak dalam lingkungan sosial atau psikologis yang dirasakan sebagai masalah dan media digunakan untuk menangani masalah itu (pemuas kebutuhan). (Mcquail, 2002 : 217)

Motif tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan seseorang suatu organisme yang berbuat sesuatu, sedikit banyaknya ada kebutuhan didalam dirinya atau sesuatu yang hendak dicapai. Kebutuhan inilah yang menyebabkan timbulnya motif yang mendorong aktifitas individu menggunakan media tertentu, artinya individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan dari penggunaan media karena didorong oleh sejumlah motif yang mempengaruhinya (Gerungan, 2002:140-141).

Adapun menurut Abraham Maslow dalam Effendy (2003:290) membedakan lima kebutuhan dasar manusia adalah sebagai berikut :

1. Physiology needs (kebutuhan psikologis)
2. Safety needs (kebutuhan keamanan)
3. Love needs (kebutuhan cinta)
4. Esteem needs (kebutuhan penghargaan)
5. Self-actualixation needs (kebutuhan aktualisasi diri)

Motif dapat timbul karena adanya kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi oleh seseorang dan dalam pengklasifikasian ada beberapa ketegori. Dan motif penggunaan media tersebut dibagi menjadi 4 bagian oleh McQuail (2002:72):

1. Motif informasi (*Surveillance*)

Motif ini berkenan dengan individu untuk mencari berita atau informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Dorongan untuk mencari konfirmasi untuk menentukan pendapat atau suatu pilihan, dorongan rasa ingin tahu, dorongan belajar serta dorongan untuk memperoleh rasa aman melalui pengetahuan yang didapat. Motif informasi terdiri dari :

- a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yan berkaitan dengan lingkungan terdekat.
- b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- d. Belajar, pendidikan untuk diri sendiri.
- e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*)

Motif ini berkaitan dengan dorongan individu untuk memperkuat untuk menonjolkan sesuatu yang paling penting dalam kehidupan atau situasi. Khalayak sendiri menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai, meningkatkan harga diri dan meningkatkan pemahaman diri. Motif identitas pribadi terdiri dari :

- a. Menentukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- b. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain, (dalam media).
- c. Menemukan model perilaku.
- d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*)

Motif ini berkenan dengan dorongan individu untuk berhubungan dengan orang lain atau suatu nilai tertentu, didalam mempertahankan norma-norma sosial. Motif ini didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi. Motif integrasi dan interaksi sosial terdiri dari :

- a. Memperoleh pengetahuan tentang orang lain.
- b. Membantu menjalankan peran sosial.
- c. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- d. Memungkinkan individu untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman dan masyarakat.

4. Motif Hiburan (*Diversion*)

Motif ini berkaitan dengan dorongan individu untuk melepaskan diri dari permasalahan atau ketegangan, dorongan bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa atau penyalur emosi. Motif hiburan terdiri dari :

- a. Melepaskan diri atau terpisah dari masalah.
- b. Bersantai.
- c. Mengisi waktu.
- d. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
- e. Penyaluran emosi.

2.8 Teori Uses and Gratifications

Teori ini menjelaskan bahwa sebenarnya khalayak adalah pihak yang aktif. Model *uses and gratifications* tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang lain, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan media pada orang lain. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya (Rakhmat, 2001:65). Jadi bisa dikatakan bahwa pemilihan dan penggunaan media massa ditentukan oleh khalayak berdasarkan kebutuhan-kebutuhan yang akan dipenuhi.

Model *uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak (Fiske, 2007:213-214).

Adapun asumsi-asumsi dasar dari model *uses and gratifications* menurut Blumer dan Katz dalam Rakhmat (2001:65) adalah:

1. Khalayak dianggap aktif, berarti sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif yang mengkaitkan pemenuhan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memenuhi kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari tantangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini dapat terpenuhi melalui konsumsi media, ini sangat tergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Banyak tujuan pemilik media massa menganggap orang cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. Dalam asumsi ini tersirat bahwa komunikasi massa adalah berguna, bahwa komunikasi media diarahkan oleh motif (*intentionality*), dan bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*), juga bahwa khalayak sebenarnya keras kepala (*stubborn*).
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Dalam penelitian ini, motif atau kebutuhan yang digunakan adalah kebutuhan yang dicetuskan oleh Elihu Katz dalam Severin dan Tankard (2005:357). *Uses and gratifications* dimulai dengan lingkungan sosial (*social environment*) yang mempengaruhi kebutuhan kita dalam mengonsumsi suatu media, kebutuhan-kebutuhan individu tersebut adalah :

1. *Cognitive Needs* (Kebutuhan Kognitif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.

2. *Affective Needs* (Kebutuhan Afektif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

3. *Personal Integrative Needs* (Kebutuhan Pribadi Secara Integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.

4. *Social Integrative Needs* (Kebutuhan Sosial Secara Integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

5. *Escapist Needs* (Kebutuhan Pelepasan)

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, serta pengalihan.

Dengan kebutuhan-kebutuhan individual tersebut, seseorang bisa menentukan media apa yang akan digunakan yang kemudian media tersebut akan menunjukkan fungsinya sebagai media diantaranya sebagai informasi, hiburan, identitas pribadi maupun untuk hubungan sosial.

Pada perilaku penggunaan media, teori *uses and gratifications* menyatakan bahwa pemilihan dan penggunaan media massa ditentukan oleh khalayak berdasarkan oleh kebutuhan yang dipenuhi, sehingga terfokus pada apa yang dilakukan khalayak pada media massa. Berdasarkan asumsi tersebut maka peneliti berusaha menemukan bagaimana motif masyarakat Surabaya dalam menggunakan fitur Whatsapp Status.

2.9 Remaja

Remaja adalah suatu periode transisi dari masa akhir anak-anak hingga masa awal dewasa, yang dimasuki pada usia kira-kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 tahun hingga 25 tahun. Masa remaja bermula pada perubahan fisik yang cepat, penambahan berat dan tinggi badan yang dramatis, perubahan bentuk tubuh, karakteristik seksual seperti pembesaran buah dada pada wanita, perkembangan pinggang dan tumbuhnya kumis, dan semakin dalamnya suara. Pada perkembangan ini, pencapaian kemandirian dan identitas sangat menonjol (pemikiran semakin logis, abstrak, dan idealitis) dan semakin banyak menghabiskan waktu di luar keluarga.

Jika dilihat dari bahasa Inggris “*teenager*”, remaja artinya yakni manusia berusia belasan tahun. Dimana usia tersebut merupakan perkembangan untuk menjadi dewasa. Oleh sebab itu orang tua dan pendidik sebagai bagian masyarakat yang lebih berpengalaman memiliki peranan penting dalam membantu perkembangan remaja menuju kedewasaan. Remaja juga berasal dari kata Latin “*adolescence*” yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. (Hurlock, 1999)

Menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia, usia remaja dibedakan menjadi ke dalam dua golongan yaitu :

- a. Remaja Awal : 12 - 16 tahun
- b. Remaja Akhir : 17 - 25 tahun

Ciri-ciri remaja menurut Zulkifli (2003:65) ada 3, Yaitu:

1. Pertumbuhan fisik

Pertumbuhan fisik mengalami perubahan dengan cepat, lebih cepat dibandingkan dengan masa anak – anak dan masa dewasa.

2. Perkembangan seksual

Seksual mengalami perkembangan yang kadang – kadang menimbulkan masalah dan menjadi penyebab timbulnya perkelahian, bunuh diri dan sebagainya.

3. Cara berfikir

Cara berpikir causatif yaitu menyangkut hubungan sebab dan akibat. Misalnya remaja duduk didepan pintu, kemudian orang tua

melarangnya sambil berkata “pantang“. Andai yang dilarang itu anak kecil, pasti ia akan menuruti perintah orang tuanya, tetapi remaja yang dilarang itu akan mempertanyakan mengapa ia tidak boleh duduk didepan pintu.

2.10 Kerangka Berpikir

Internet sebagai media baru telah berhasil menarik perhatian khalayak. Hal ini disebabkan karena internet telah mampu menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh khalayak dengan cepat dan mudah. Internet juga menjadikan jarak dan waktu bukan menjadi permasalahan yang utama untuk berkomunikasi dengan orang yang ada dibelahan dunia manapun.

Whatsapp Status menghadirkan cara berkomunikasi yang lain daripada yang lain melalui media internet. Dengan Whatsapp Status seseorang bisa mempunyai banyak teman, bersilaturahmi dengan teman, keluarga, dll tanpa terhalang ruang dan waktu. Fenomena Whatsapp Status ini bisa dijadikan sebagai media komunikasi baru bagi khalayak luas tanpa yang tidak dapat bertatap muka secara langsung.

Tentunya sebagai media baru dalam berkomunikasi, Whatsapp Status harus dapat memenuhi kebutuhan pengguna yang akhirnya akan timbul motif-motif tertentu yang mendorong khalayak untuk menggunakan Whatsapp Status. Berdasarkan motif-motif yang telah disebutkan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati bagaimana Motif Remaja Surabaya dalam menggunakan Fitur Status Whatsapp.

Untuk lebih jelas tentang arah penelitian ini, maka peneliti membuat kerangka berpikir sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Berfikir

