



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era Globalisasi tidak hanya mempengaruhi kehidupan dalam segi ekonomi saja tetapi juga dalam kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi yang semakin maju dan berkembang secara pesat mempengaruhi pola hidup manusia menjadi lebih modern dan praktis. Hal ini dapat di lihat, ketika seseorang sedang melakukan komunikasi dengan orang lain yang sedang tidak berada di dekatnya atau sedang berada di tempat yang berbeda. Pada saat berkomunikasi mereka tidak perlu lagi untuk menulis surat dan mengirimkan surat tersebut ke kantor pos terlebih dahulu, dengan kemajuan teknologi manusia bisa saling bertukar pesan dengan orang lain melalui layanan *instant messenger* yang terdapat pada *smartphone*, tablet, dan komputer.

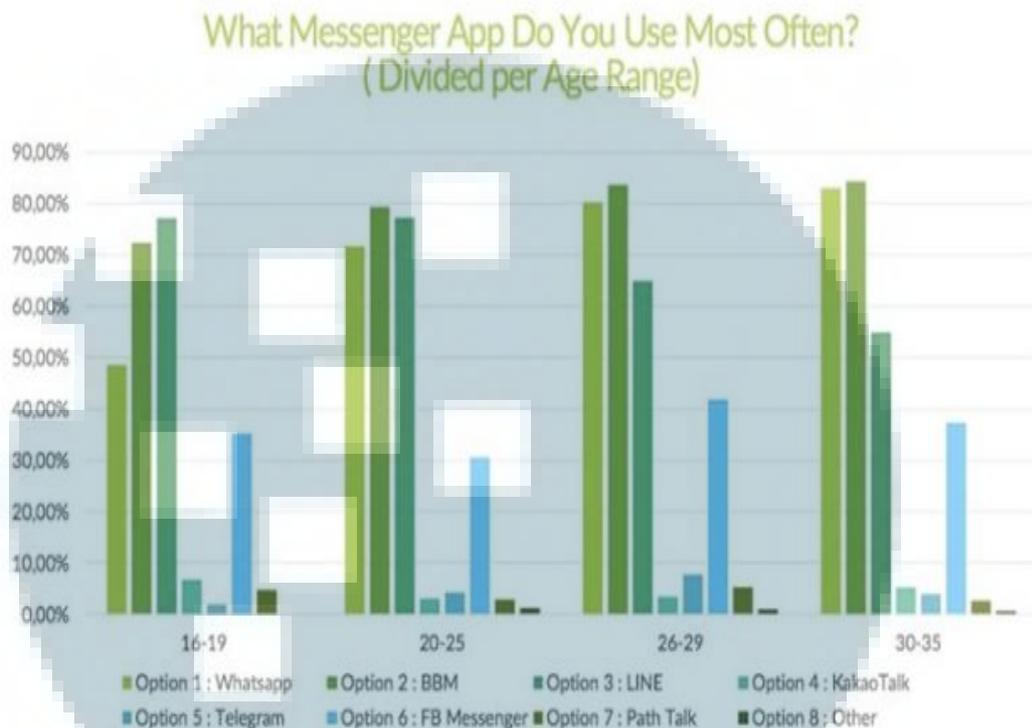
Kemajuan teknologi tidak hanya memberikan dampak positif bagi para pengguna teknologi tetapi juga memberikan dampak negatif kepada para penggunanya apabila alat teknologi tersebut di salah gunakan dalam fungsi pemakaiannya, seperti apabila alat teknologi di gunakan untuk penyebaran video porno, atau bila *instant messenger* di gunakan untuk hal-hal negatif seperti untuk bertransaksi penjualan narkoba, tetapi apabila teknologi di gunakan dengan semestinya kemajuan teknologi memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk berkomunikasi dengan orang lain dan juga dapat saling bertukar informasi.

Kehadiran *Instant Messenger* memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi dengan orang lain tanpa terhalang oleh jarak dan waktu, pesan yang di kirim oleh si pengirim pesan pun bisa langsung di terima oleh si penerima pesan pada hari itu juga tanpa menunggu berhari hari seperti menggunakan surat. Seiring dengan perkembangan zaman kehadiran *instant messenger* semakin lama semakin banyak, masing-masing perusahaan komunikasi dan informasi berlomba-lomba dalam merebut perhatian calon penggunanya, berikut salah satu contoh nama-nama *instant messenger* yang banyak di gunakan, yaitu seperti *LINE Messenger*, *Whatsapp*, dan *BlackBerry Messenger*.

Pada dasarnya semua orang membutuhkan komunikasi dengan orang lain, baik secara langsung melalui tatap muka ataupun melalui media komunikasi, seperti penggunaan *instant messaging*, biasanya salah satu contoh pemilihan *instant messenger* di tentukan berdasarkan faktor usia. Hal itu dapat di lihat dari hasil grafik penggunaan *instant messenger* berdasarkan usia seperti pada salah satu contoh grafik berikut :

UMMN

Grafik 1.1. Pengguna *Instant Messenger*



Sumber : Harian TI.com (media pewarta teknologi informasi Indonesia) diakses pada 11 oktober 2016.

Dari hasil grafik di tersebut, dapat di lihat bahwa remaja usia 16-19th lebih banyak menggunakan *LINE Messenger* dibandingkan dengan *instant messenger* lainnya, sedangkan untuk usia 20-25 lebih banyak memilih *BlackBerry Messenger* (BBM) untuk saling berkomunikasi, sedangkan *whatsapp* banyak digunakan oleh orang-orang yang sudah menginjak usia tiga puluhan.

Berdasarkan artikel yang berjudul “*Jumlah Pengguna LINE di Indonesia Terbanyak Keempat di Dunia*” (Amalia, dipublikasikan 2 september 2016 dalam Media Indonesia.com). mengatakan bahwa di dunia LINE memiliki 200 juta

pengguna aktif, sementara di Indonesia sendiri pengguna aktif LINE mencapai 90 juta, hal ini membuat Indonesia masuk ke dalam empat besar negara dengan penggunaan aktif terbesar. Ongki Kurniawan, *Managing Director* Line Indonesia bahkan mengatakan, “Indonesia memiliki potensi untuk menjadi salah satu dari dua negara dengan pengguna terbanyak”. Menurutnya, Indonesia merupakan negara dengan populasi yang besar. Selain itu, jumlah pengguna ponsel pintar di Indonesia juga terbilang rendah, meski penetrasi ponsel pintar cukup cepat.

Ongki berpendapat bahwa sebagian besar pengguna LINE berusia di bawah tigapuluh tahunana, yaitu masuk kepada generasi milenial. Ongki menyatakan “Ini adalah demografi yang sangat atraktif, sangat diminati oleh para pengiklan karena mereka masih terbuka terhadap influence dari iklan.” Melihat sebagian besar pengguna aktif LINE adalah generasi milenial, muncul berbagai pertanyaan yang salah satu nya menanyakan apakah LINE akan terus menyasar kalangan usia di bawah tiga puluhan? Ongki berpendapat “Line itu berbeda dengan aplikasi *messaging* lain karena ia lebih ekspresif dan menawarkan pengalaman yang berbeda. Segmen yang mudah untuk *relate to that* adalah milenial karena itu, kita akan mulai dari segmen yang memang kita kuat.”

(Sumber : MediaIndonesia.com diakses pada 12 Oktober 2016).

LINE adalah salah satu aplikasi berbasis *messenger* yang banyak digunakan oleh masyarakat luas di berbagai belahan dunia khususnya di kalangan remaja. LINE pertama kali didirikan oleh perusahaan NHN asal negara Korea. LINE pertama kali diluncurkan pada 23 Juni 2011 oleh NHN *Corporation* yang berada di negara Jepang, LINE pertama kali di luncurkan setelah gempa yang terjadi di

Jepang pada 2011 silam. Gempa yang cukup besar yang terjadi di negara tersebut. Membuat Jepang mengalami kerusakan besar pada sistem komunikasi tersebut. Hal ini membuat *NHN Corporation* memutuskan untuk membuat suatu layanan komunikasi melalui aplikasi yang bisa dinikmati melalui *smartphone*, dan tablet, untuk melakukan *instant messaging* secara gratis. (Sumber : tendasejarah.com diakses pada 18 April 2016).

LINE adalah salah satu *instant messenger* yang banyak digunakan oleh khalayak luas, untuk sementara ini target pasar LINE masih kepada generasi milineal di mana penggunaanya aktif dan terbuka terhadap *influence* dari iklan. Selain itu LINE juga digunakan karena *sticker dan emoticon* yang lucu-lucu dan berkarakter membedakan dengan *instant messenger* lainnya. Setiap *sticker* yang ada pada LINE memiliki nama masing-masing sesuai dengan karakternya, LINE juga memiliki karakter

yang melambangkan LINE yaitu karakter 'Brown' dan 'Cony'. 'Brown' adalah Beruang berwarna coklat yang memiliki karakter pendiam sedangkan 'Cony' adalah kelinci putih yang memiliki karakter centil dan galak. Selain karena *sticker dan emoticon* yang lucu dan menarik pengguna LINE menggunakan LINE juga untuk berkomunikasi dengan orang lain melalui layanan *free call, video call, dan voice message*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi interpersonal, CMC, dan Teori Media Baru. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, pendekatan kualitatif, dan sifat penelitian ini adalah deskriptif, metode pengumpulan data yang akan digunakan wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi.

1.2. Rumusan Masalah

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa pengguna LINE adalah generasi milenial dan masih terbuka dengan hal-hal baru dan sebagai aplikasi untuk berkomunikasi. Oleh karena itu fokus penelitian ini adalah bagaimana komunikasi interpersonal remaja dalam menggunakan *instant messenger* sebagai aplikasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi interpersonal remaja dalam *instant messenger* LINE.

1.4. Manfaat Penelitian

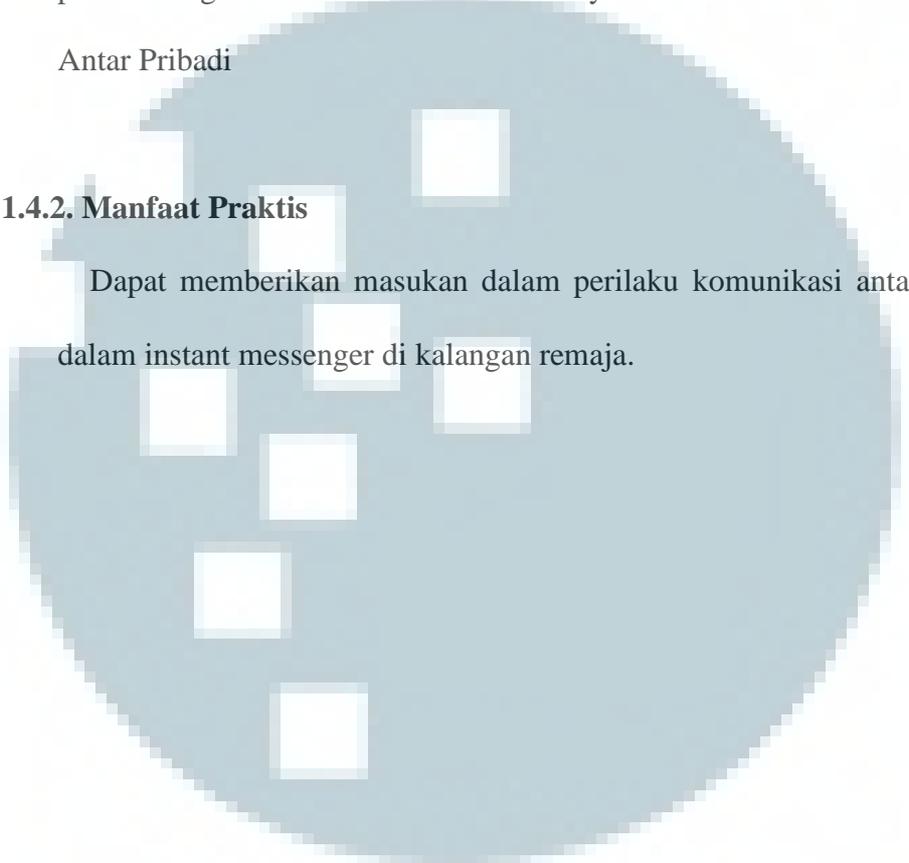
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam matakuliah Komunikasi Antar Pribadi

1.4.2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan dalam perilaku komunikasi antar pribadi dalam instant messenger di kalangan remaja.

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is a large, light blue circle containing a stylized white face with several square eyes and a smiling mouth. Below the circle, the letters 'UMMN' are written in a large, bold, light blue font.

UMMN