



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 Masalah

Di abad ke-20 ini, perkembangan teknologi menjadikan setiap orang semakin dimudahkan dalam berbagai hal, termasuk dalam hal komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi yang saat ini paling berpengaruh di masyarakat adalah kemunculan berbagai jejaring sosial.

Jejaring sosial atau sering disebut dengan media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna media (Nasrullah, 2014, h. 34-35).

Keberadaan media sosial yang menjadi salah satu bentuk dari komunikasi virtual menimbulkan perubahan-perubahan dimasyarakat dalam hal pola komunikasi. Bentuk perubahan komunikasi baru tersebut antara lain; sifat komunikasi bermedia berubah menjadi komunikasi yang interaktif, sifat komunikasi tidak lagi selalu *synchronorous*, tetapi dapat pula bersifat *asynchronorous*, jarak, ruang-waktu antara pengirim dan penerima pesan menjadi keniscayaan untuk semakin tipis, serta konteks komunikasi berlangsung dalam dunia maya (virtual).

Salah satu media sosial yang sedang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Path. Path merupakan aplikasi media sosial yang dapat digunakan sebagai jurnal pribadi dan membaginya dengan teman-teman dekat

dan keluarga melalui perangkat *Android* dan *Iphone*. Path sendiri mulai berdiri pada tahun 2010 dan hingga kini penggunaanya semakin bertambah.

Dalam wawancara Tempo.co dengan Dave Morin, pendiri Path, dikatakan bahwa jumlah pengguna Path di Indonesia lebih dari 4 juta dari total 12 juta pengguna di dunia (Desyana, 2014). Hal ini membuat Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna Path terbanyak di dunia, diikuti oleh Amerika Serikat di urutan kedua.

Sejak kemunculannya Path menarik banyak perhatian pengguna media sosial di Indonesia. Fitur yang ditawarkan oleh Path lebih lengkap jika dibandingkan dengan media sosial yang lainnya, yaitu: *profile, photo and video, check-in, music-movies-books, thought, share, I'm with, sleep-awake, message, seen, shop, dan inner circle*.

Selain karena faktor dari Path yang memiliki fitur sangat lengkap, keinginan seseorang dalam menggunakan Path pastilah dipengaruhi oleh banyak alasan dan motif ketika menggunakan.

Menurut Alfred Schutz (Mulyana, 2004, h. 81) dalam interaksi sosial berlangsung pertukaran motif, proses pertukaran motif para aktor dinamakan *the reciprocity of motives*. Melalui interpretasi terhadap tindakan orang lain, individu dapat mengubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain. Agar dapat melakukan hal itu, individu dituntut untuk mengetahui makna, motif, atau maksud dari tindakan orang lain. Motif dalam perspektif fenomenologi menurut Schutz adalah konfigurasi atau konteks makna yang tampak pada aktor sebagai landasan makna perilakunya.

Kesuksesan Path di Indonesia memang tidak diragukan lagi. Aktivitas pengguna Path sangat ramai setiap harinya. Tidak hanya satu kali *posting*, namun pengguna benar-benar memanfaatkan fitur yang tersedia di Path untuk memenuhi momen mereka. Secara bulanan, Indonesia bahkan menyumbang 30 persen trafik internet di Path. Persentase ini merupakan persentase tertinggi yang kemudian disusul oleh Amerika Serikat di urutan kedua dengan persentase yang sama (Pratomo, 2014).

Bagi Erving Goffman dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959/1990), bahwa setiap individu pada kenyataannya melakukan konstruksi atas diri mereka dengan cara menampilkan diri (*self performance*). Penampilan diri dibentuk untuk memenuhi keinginan audiensi atau lingkungan sosial. Identitas diri yang muncul di sini merupakan gambaran apa yang sebenarnya menjadi keinginan dan guna memenuhi kebutuhan pengakuan sosial; meski dalam banyak hal ekspektasi yang datang dari lingkungan sosial sering kali berlawanan dengan kehendak pribadi.

Dalam budaya siber, Andrew Wood dan Mathew Smith (2005, h. 52-57) mengutarakan bahwa penggambaran identitas diri juga berlaku di internet (Nasrullah, 2014). Penggambaran diri atau *self-performance* merupakan upaya individu untuk mengkonstruksi dirinya dalam konteks online melalui foto atau tulisan, sehingga lingkungan sosial mau menerima keberadaan dan memiliki persepsi yang sama dengan individu tersebut. Inilah yang dalam konsep Goffman diumpamakan sebagai suatu panggung drama di mana ruang pertunjukan itu selalu ada tempat yang dikatakan sebagai '*front-stage*'

(panggung depan) dan *'back-stage'* (panggung belakang). Di panggung belaknglah setiap pemain menyembunyikan atau memiliki identitas dirinya yang disebut sebagai *'personal identity'* atau identitas personal, sementara yang ditampilkan di atas panggung yakni identitas sosial atau *'social identity'* (Goffman, 1968, h. 29; Tom Burns, 1992, h. 88-89).

Berdasarkan hal-hal yang disebutkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap motif pengguna dalam menggunakan media sosial Path, terutama untuk menunjukkan identitas diri para pengguna. Selain itu peneliti ingin melihat citra yang ditampilkan pengguna saat menggunakan (*front-stage*) dan tidak menggunakan Path (*back-stage*).

Penelitian ini dianggap penting dan menarik karena penggunaan media sosial terus bertambah dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Selain itu, keberadaan media sosial ini kerap menimbulkan perbedaan perilaku ketika menggunakan dan tidak menggunakan media sosial. Hal tersebutlah yang menjadi perhatian peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Pada penelitian ini, peneliti memilih perempuan sebagai pengguna Path di kota Jakarta karena berdasarkan data yang dilansir oleh Viva.co.id, pengguna Path terbesar berasal dari kalangan perempuan (Malau, 2013).

Sedangkan peneliti memilih pengguna Path yang berstatus mahasiswa karena berdasarkan survei yang dilakukan oleh JAKPAT (Jajak Pendapat) tanggal 30 Januari 2015 ditemukan bahwa jumlah responden berumur 19-25 tahun mencapai 66,06% (Jajak Pendapat App, 2015). Angka presentase

tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi yang merupakan khalayak perempuan muda merupakan pengguna media sosial Path terbanyak di Indonesia.

Usia tersebut masih tergolong usia remaja akhir dan usia dewasa muda. Erikson mengatakan bahwa pada masa remaja ditandai dengan kecenderungan pencarian identitas, di mana seseorang berusaha untuk membentuk dan memperlihatkan identitas dirinya kepada kelompok sebayanya. Sedangkan pada masa dewasa awal ditandai dengan kecenderungan lebih selektif dan hanya ingin membina hubungan dengan orang-orang tertentu saja (Yusuf & Nurihsan, 2008, h. 110).

Selain itu peneliti memilih kota Jakarta, karena Jakarta adalah kota dengan pengguna jejaring sosial terbanyak di Indonesia. Hal ini telah dibuktikan dari kutipan artikel <http://tekno.kompas.com> tanggal 31 Juli 2012 (Wahyudi, 2012) mengenai pengguna twitter sebagai salah satu media sosial.

Jumlah pengguna jejaring sosial Twitter telah mencapai 517 juta akun dari seluruh dunia. Angka ini merupakan perhitungan jumlah pengguna Twitter hingga bulan Juni. Ada yang menarik dari data yang dirilis oleh lembaga pemantau media sosial SemioCast ini. Ternyata, ada dua kota di Indonesia yang masuk 10 besar kota paling aktif dalam hal *tweet*. Ibu kota Indonesia, Jakarta, tercatat sebagai kota dengan pengguna yang paling aktif *nge-tweet* sedunia. Adapun Bandung masuk urutan keenam. SemioCast mencatat terdapat 10 miliar *tweet* selama Juni 2012 dan sekitar 2,3 persen di antaranya dilakukan oleh para pengguna Twitter di Jakarta. Bandung yang berada di tempat keenam unjuk gigi dengan capaian sekitar 1,2 persen.

Dalam melakukan penelitian ada beberapa metode yang dapat digunakan, salah satunya adalah metode penelitian fenomenologi. Metode penelitian fenomenologi dipilih sebagai metode yang digunakan oleh peneliti karena

fenomenologi dirasa dapat memberi gambaran yang mendalam dan reliabel tentang aspek–aspek yang berkaitan dengan penggunaan Path.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

- 1.2.1 Bagaimana pemaknaan mahasiswi tentang Path sebagai media komunikasi virtual untuk presentasi dan identitas diri?
- 1.2.2 Apa motif mahasiswi menggunakan Path sebagai media komunikasi virtual?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu :

- 1.3.1 Untuk mengetahui pemaknaan mahasiswi tentang Path sebagai media komunikasi virtual untuk presentasi dan identitas diri.
- 1.3.2 Untuk mengetahui motif mahasiswi menggunakan Path sebagai media komunikasi virtual.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian tentang media sosial terkait dengan konstruksi makna Path dan presentasi diri di kalangan mahasiswi.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau masukan yang positif bagi masyarakat khususnya bagi pengguna media sosial Path terutama kalangan mahasiswi.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA