

BAB II

OBJEK PENELITIAN

A. Facebook

[Facebook](#) diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg sebagai media untuk saling mengenal bagi para mahasiswa Harvard. Dalam waktu dua minggu setelah diluncurkan, separuh dari semua mahasiswa Harvard telah mendaftar dan memiliki *account* di [Facebook](#). Tak hanya itu, beberapa kampus lain di sekitar Harvard pun meminta untuk dimasukkan dalam jaringan [Facebook](#). Zuckerberg pun akhirnya meminta bantuan dua temannya untuk membantu mengembangkan [Facebook](#) dan memenuhi permintaan kampus-kampus lain untuk bergabung dalam jaringannya.

Dalam waktu 4 bulan semenjak diluncurkan, [Facebook](#) telah memiliki 30 kampus dalam jaringannya. Dengan kesuksesannya tersebut, Zuckerberg beserta dua orang temannya memutuskan untuk pindah ke Palo Alto dan menyewa apartemen di sana. Setelah beberapa minggu di Palo Alto, Zuckerberg berhasil bertemu dengan Sean Parker (*cofounder Napster*), dan dari hasil pertemuan tersebut Parker pun setuju pindah ke apartemen [Facebook](#) untuk bekerja sama mengembangkan [Facebook](#). Tidak lama setelah itu, Parker berhasil mendapatkan Peter Thiel (*cofounder Paypal*) sebagai investor pertamanya. Thiel menginvestasikan 500 ribu US Dollar untuk pengembangan [Facebook](#). Jumlah *account* di [Facebook](#) terus melonjak, sehingga pada pertengahan 2004 *Friendster* mengajukan tawaran kepada Zuckerberg untuk membeli [Facebook](#) seharga 10 juta US Dollar, dan Zuckerberg pun menolaknya. Zuckerberg sama

sekali tidak menyesal menolak tawaran tersebut sebab tak lama setelah itu [Facebook](#) menerima sokongan dana lagi sebesar 12.7 juta US Dollar dari Accel Partners. Semenjak itu sokongan dana dari berbagai investor terus mengalir untuk pengembangan [Facebook](#) (publishedmind.blogspot.com).

Pada September 2005 [Facebook](#) tidak lagi membatasi jaringannya hanya untuk mahasiswa. [Facebook](#) pun membuka jaringannya untuk para siswa SMU. Beberapa waktu kemudian [Facebook](#) juga membuka jaringannya untuk para pekerja kantoran, dan akhirnya pada September 2006 [Facebook](#) membuka pendaftaran untuk siapa saja yang memiliki alamat e-mail. Selain menolak tawaran dari *Friendster* seharga 10 juta US Dollar, Zuckerberg juga pernah menolak tawaran dari Viacom yang ingin membeli [Facebook](#) seharga 750 juta US Dollar, dan tawaran dari Yahoo yang ingin membeli [Facebook](#) seharga 1 milyar US Dollar.

Tidak ada situs jejaring sosial lain yang mampu menandingi daya tarik [Facebook](#) terhadap user. Pada tahun 2007, terdapat penambahan 200 ribu *account* baru per harinya lebih dari 25 juta user aktif menggunakan [Facebook](#) setiap harinya. Rata-rata *user* menghabiskan waktu sekitar 19 menit per hari untuk melakukan berbagai aktifitas di [Facebook](#) (<http://publishedmind.blogspot.com>).

Menurut Hendroyono (2009:50) *Facebook* merupakan sebuah situs jejaring sosial yang bisa menghubungkan satu orang ke orang lainnya. *Facebook* mensyaratkan usia anggota harus minimal 13 tahun, untuk dapat memiliki *account* di dalam *Facebook*, dibutuhkan email yang valid (yang dibuka dan

digunakan). Melalui situs ini, para anggota dapat menemukan teman dengan berbagai macam cara, antara lain dengan mengakses dan bergabung dalam sebuah jaringan yang disusun dalam 4 kategori daerah (jaringan yang terhubung ke kota atau negara tertentu), akademi, tempat kerja dan sekolah. Selain itu, situs ini menyediakan beberapa fasilitas yang memungkinkan seseorang dapat mengekspresikan diri melalui media *online*, fasilitas tersebut diantaranya (Hendroyono, 2009: 51-67):

a. Profil

Profil adalah halaman web yang dapat dilihat oleh anggota lain. Profil akan memberikan orang lain gambaran tentang diri pemilik profil tersebut.

b. *News Feed*

Berisikan tentang informasi ringkas termasuk perubahan profil, acara mendatang, dan peringatan ulang tahun. *News feed* juga menunjukkan dialog yang terjadi antar dinding (*wall*) teman yang satu dengan yang lainnya, serta memberikan laporan tentang kegiatan apa saja yang dilakukan pengguna terhadap profilnya.

c. *Wall*

Menu *wall* atau dinding memungkinkan teman mengirim pesan singkat di halaman profil dan juga menampilkan waktu (tanggal dan pukul) pesan itu ditulis. Tulisan di dinding *Facebook* akan terlihat oleh siapapun yang bisa melihat profil pemilik *account* di *Facebook*, demikian juga sebaliknya.

d. Aplikasi *Facebook*

1. Foto

Aplikasi ini memungkinkan pemilik *account* di *Facebook* untuk meng-*upload* foto sebanyak mungkin. Jika memiliki foto anggota *Facebook* lain, pengguna dapat menandai foto tersebut dengan memberi *tag* (kata kunci) berupa nama anggota tersebut. Setelah memberi *tag*, foto itu akan muncul baik di dalam album foto pemilik profil maupun profil teman yang di *tag*.

2. Video

Anggota *Facebook* dapat meng-*upload* video-video yang menjadi favorit dalam hampir semua format.

3. Colek (*Poke*)

Salah satu fitur yang banyak menyita perhatian adalah colek (*poke*). Bila salah satu anggota melakukan *poke*, *Facebook* akan mengirim pesan kepada anggota lain bahwa mereka telah *poked* (colek). Banyak anggota menggunakan fitur ini sebagai cara merayu.

4. Grup (*Group*)

Aplikasi ini memungkinkan seseorang bergabung dengan kelompok anggota lain yang punya minat sama. Setiap anggota juga dapat membuat kelompok sendiri. Grup biasanya digunakan untuk membuat sejumlah anggota tergabung secara *online*, berbagi informasi, dan mendiskusikan topik tertentu. Sebuah group terdiri dari anggota yang bergabung, berita

terbaru, panel diskusi, dinding, foto, kiriman, dan video yang semuanya dapat dikomentari.

5. Acara (*Events*)

Menu acara memungkinkan pengguna menggunakan anggota lain melakukan kopi darat atau acara lain di dunia nyata. Dalam aplikasi ini perlu diisi nama acara, kata kunci, penyelenggara, jenis acara, keterangan, waktu mulai dan selesai, lokasi dan kota, serta daftar tamu yang diundang. Acara bisa terbuka, tertutup dan rahasia.

6. Pasar (*Marketplace*)

Facebook marketplace adalah jual beli *online* sejenis *e-buy* dan *craigslist*. Fitur ini memungkinkan anggota terhubung dengan orang lain yang membeli atau menjual barang. Semua transaksi terjadi secara langsung antara anggota. *Facebook* hanya sebagai penyelenggara, tetapi tidak terlibat dalam penjualan.

7. Kiriman (*Post*)

Menu kiriman dapat digunakan untuk mengirim video, lagu, gambar, atau hal lain yang ada di halaman situs lain ke halaman profil.

8. Catatan (*Notes*)

Aplikasi catatan dalam *Facebook* tidak berbeda jauh dengan buku harian. Bisa membuat gambar, foto, atau file lain di halaman ini. Hal yang pasti, catatan bisa dibaca oleh teman-teman di dalam jaringan pertemanan pemilik *account* di *Facebook*.

9. Hadiah (*Gifts*)

Aplikasi ini memungkinkan anggota untuk saling mengirim hadiah virtual dalam bentuk ikon kecil. Terdapat puluhan hadiah yang bisa dipilih

10. Chat

Aplikasi inilah yang membedakan *Facebook* dengan situs jejaring sosial lainnya. Aplikasi ini memungkinkan para anggota untuk bercakap-cakap melalui media online.

Beberapa fitur yang telah disediakan tersebut memudahkan para pengguna *Facebook* untuk mengoptimalkan fungsinya sebagai situs pencari teman, baik teman lama maupun teman baru. Selain itu juga memungkinkan setiap pengguna situs tersebut untuk mengekspresikan diri, serta mendeskripsikan tentang jati dirinya kepada teman-temannya yang telah bergabung di dalam *Facebook*. Sedikit berbeda dengan situs jejaring sosial yang telah ada di dunia maya, *Facebook* memiliki beberapa kelebihan tersendiri yang memiliki nilai inovatif, seperti halnya yang diungkapkan oleh Bharata (2009:3) sebagai berikut:

a. *Clean Layout*

Layout yang sangat baik walaupun ada beberapa menu yang posisinya tidak gampang ditemukan.

b. *No advertising*

Tanpa *banner* maupun iklan gambar yang mencolok. *Facebook* memiliki *block* atau *feature*, yaitu *flyer* untuk mengiklankan sesuatu, tapi pengguna tidak akan menyangka itu adalah iklan.

c. *Network*

Pada awal pembuatan *account*, pengguna disuruh memiliki jaringan utama berdasarkan negara. Dengan fitur ini memudahkan untuk menemukan teman yang terdapat di dalam negara yang ditinggali oleh pengguna *Facebook*.

d. *Group*

Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya yang mengharuskan pengguna membuat *account* untuk komunitas atau sekolah, di *Facebook* pengguna dapat membuat *group*, dimana *group* ini memiliki fitur yang sangat baik untuk membentuk komunitas online, seperti diskusim foto, wall atau testimonial dan fitur lainnya.

e. *Photo Album*

Melalui *Facebook*, pengguna dapat meng-*upload* foto sebanyak mungkin atau tanpa batas (*unlimited*), selain itu pengguna juga dapat mencantumkan nama – nama teman yang tercatat sebagai anggota *Facebook* dengan fasilitas *tag*, secara otomatis foto teman yang di *tag* akan ditampilkan juga di halaman profil teman tersebut.

f. *Selling*

Facebook juga memiliki fitur yang memungkinkan pengguna menawarkan barang atau jasa ke pengguna lainnya.

g. *Event*

Pengguna bisa mengisi event atau kegiatan yang ingin diketahui pengguna lainnya. Misalnya pesta atau *launching* produk.

h. *Status update*

Pengguna bisa mengisi status tentang apa saja yang sedang dilakukannya saat itu juga. Misalnya sedang di rumah, lalu pergi kuliah, semua itu bisa di *update* dan bisa dilihat oleh pengguna lain. Jadi pengguna bisa mengetahui kegiatan sehari – hari temannya yang tergabung dalam *Facebook*.

i. *Mobile access*

Fitur yang sangat mobile, pengguna bisa update status, add friend, atau kegiatan di *Facebook* lainnya dengan mengirim SMS.

j. *Mobile browsing*

Facebook dapat diakses langsung melalui *handphone*. Dengan tampilan yang disesuaikan kondisi *handphone*, akses lebih mudah dan cepat dibanding mengakses website dengan tampilan dekstop dari *handphone*.

k. *Anti fake account and Spam*

Facebook memiliki fitur yang dapat mencegah *account* palsu dan spam. Untuk mendaftar dengan nama yang bisa dicurigai *account* palsu, pengguna harus mengirim *request* ke email untuk dibuat *account* oleh *technical support Facebook*. Untuk tiap aksi *posting*, pengguna harus mengisi CAPTCHA (*Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart*) untuk mencegah spam.

l. *Develop your Facebook widget.*

Pengguna dapat membangun aplikasi kemudian dipasang di profil menggunakan *Application Program Interface* dari *Facebook* platform. Aplikasi ini bisa untuk *game*, *feed reader*, dan aplikasi lainnya.

m. *Chat*

Memungkinkan pengguna *Facebook* untuk saling berbincang-bincang secara langsung saat sedang mengakses *Facebook*.

B. *Friendster*

Friendster tentu sudah bukan lagi hal yang asing di telinga para pengguna internet dewasa ini. Nama sebuah situs jejaring sosial tersebut telah lama melekat di benak pengguna internet, khususnya mereka yang gemar mencari teman dan membangun jaringan pertemanan di dunia maya. Demikian populernya, hingga mendorong berbagai *content provider* untuk menghadirkan situs layanan serupa. “Jangan ngaku anak gaul kalau nggak punya *account* di *Friendster* .” Begitulah kira-kira komentar para remaja yang telah menjadi anggota *Friendster* .

Friendster yang dikelola perusahaan *Friendster Inc.* didirikan pada tahun 2002 berkantor pusat di Silicon Valley, California, Amerika Serikat. Pendirinya adalah Jonathan Abrams, yang sekaligus kreator dari *Friendster*. Jonathan sebelumnya adalah pendiri dan CEO HotLinks. Ia pun pernah menjabat sebagai senior engineering pada perusahaan internet terkenal Netscape dan Nortel. Abrams sendiri adalah lulusan Computer Science dari McMaster University.

Ketika perkembangan *Friendster* memperlihatkan tanda-tanda kemajuan, pengelolanya mendapat suntikan dana US\$ 13 juta dari berbagai investor. Lalu pada Juni 2004 *Friendster* merekrut seorang profesional bisnis. Dia adalah Scott Sassa, mantan President stasiun televisi NBC Entertainment.

Hingga 2006, pengguna *Friendster* diperkirakan mencapai 20 juta orang dari berbagai belahan dunia. Namun menurut survei comScore Media Metrix, tahun ini trafik pengunjung Friendster cenderung menurun. Kalau bulan Oktober 2005 *Friendster* dikunjungi 1,7 juta pengguna internet (*unique visitor*), maka pada bulan April 2006 pengunjungnya tercatat hanya 1 juta orang. (<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/>)

Menurut Rafiudin (2009:5-10) *Friendster* memiliki berbagai macam aplikasi yang jumlahnya mungkin mencapai seribu lebih. Secara umum, aplikasi ini dikelompokkan menjadi beberapa kategori:

a. *Slideshows and photos*

Aplikasi ini memungkinkan penggunaanya untuk menampilkan album foto kesayangan dengan format yang “berbeda”, melalui aplikasi ini, penggunaanya dapat mempercantik foto album, serta membuatnya lebih atraktif dan eksklusif, diantaranya dapat memilih sendiri *skin*, *theme*, dan *background*, efek, sampai musik pengiring *slideshow*.

b. *Entertainment*

Friendster juga menawarkan berbagai macam aplikasi hiburan seperti halnya :

(1) Games

Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk bermain beberapa permainan online melalui jendela *Friendster*

(2) Just For Fun

Banyak pula terdapat aplikasi penambah “hidup” situs jejaring sosial ini, seperti halnya aplikasi yang memungkinkan penggunanya berbagi tentang *mood* apa yang sedang dirasakan. Selain itu juga terdapat aplikasi pembuatan kuis yang memungkinkan penggunanya

c. TV Show

Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk memutar acara terfavorit di televisi, dan memungkinkan penggunanya tersebut untuk mengeksplorasi bagian – bagian dari program acara terfavorit tersebut, misalnya seperti mengoleksi gambar – gambar yang disukai, bahkan memungkinkan penggunanya tersebut untuk berdiskusi dengan teman, maupun bertukar opini atau koleksi tentang hal – hal yang menjadi favorit tersebut.

d. *Video*

Aplikasi ini memungkinkan pengguna *Friendster* untuk menampilkan dan memutar video yang diperoleh dari situs – situs media terpopuler seperti YouTube atau video pribadi yang dapat di *upload* sendiri.

e. *Music*

Aplikasi ini menawarkan fitur untuk memasang *music player* di profil *Friendster* yang bisa memutar lagu – lagu pilihan , mendukung pencarian lagu - lagu pilihan, mendukung pencarian lagu atau musik, pemilihan *theme* – *theme* yang menarik, pengelompokan lagu berdasarkan kategori atau *playlist*, dan banyak lagi.