

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah sebuah aplikasi pihak ketiga yang dikembangkan oleh perusahaan aplikasi independen terbuka dengan fitur-fitur produk sosial media. Produk aplikasi itu adalah UberSocial yang memiliki pengguna terbanyak kedua setelah aplikasi Twitter Official.

Pada bab ini, sekilas berisi tentang latar belakang dan sejarah berdirinya perusahaan UberMedia, produk-produk serta layanan yang ditawarkan, serta data-data lain yang mendukung informasi mengenai UberMedia. Data-data yang ditampilkan, diperoleh peneliti dari tinjauan pustaka dan *website* perusahaan, serta *website* lain yang menyediakan data tentang perusahaan UberMedia.

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1) Sejarah Perusahaan



UberMedia adalah salah satu perusahaan pengembang independen yang terkemuka di dunia yang kaya akan fitur produk media sosial yang memudahkan orang untuk mempublikasikan, mengonsumsi serta terlibat dalam jejaring sosial. UberMedia mengembangkan portofolio yang memimpin pasar aplikasi meliputi aplikasi Twitter Ubersocial, Echofon, dan terobosan jejaring sosial Chime.in. ([id.wikipedia.org/wiki/UberMedia](http://id.wikipedia.org/wiki/UberMedia))

UberMedia didirikan pada awal tahun 2010 dengan nama TweetUp (kemudian PostUp) oleh seorang pengusaha di bidang Internet, Bill Gross, dalam upaya memberikan kemudahan kepada pengguna twitter untuk menemukan tweet-tweet terbanyak dalam suatu topik tertentu yang menarik, dan pada saat yang sama memungkinkan pengguna twiter tersebut untuk terus berkembang di antara pengguna yang memiliki keterkaitan yang sama.

Sebelum tahun tersebut, perusahaan ini mulai bersaing untuk memimpin dalam aplikasi Twitter for Blackberry, Iphone dan Android untuk menyediakan *platform* yang lebih luas bagi inovasi dalam pengalaman pengguna. Semenjak itu, UberMedia telah mengembangkan dan menerapkan produk dan fitur baru seperti LivePreview, UberChannels, DealBox, dan Custom Theme untuk pengguna Twitter.

Pada akhir 2011, UberMedia meluncurkan Chime.in., jaringan *mobile online* yang diselenggarakan berdasarkan kepentingan tertentu. Chime.in memungkinkan orang untuk bergabung dan membangun komunitas yang dinamis disekitar topik, sementara dengan mudah membuat, menemukan dan turut terlibat dengan isi media yang menarik.

Perusahaan ini semakin sibuk, terlihat ketika UberMedia membeli situs sosial media Mixx dan Tweetdeck. Perusahaan ini juga baru saja mengumpulkan \$ 17,5 juta dalam usaha yang dipimpin oleh Accel Partner. Ubertwitter awalnya didesain untuk RIM *smartphone* Blackberry dan juga tersedia untuk Apple iPhone dengan Twidroyd yang mendukung perangkat Android.

## 2) Aplikasi

UberMedia memiliki beberapa aplikasi yang dapat digunakan oleh pengguna Twitter yaitu sebagai berikut.

### a. UberSocial



UberSocial adalah salah satu aplikasi terpopuler yang tersedia untuk BlackBerry yang memudahkan pengguna untuk mengirim tweet, retweet, pesan, foto, dan video kepada sesama pengguna Twitter.

UberSocial merupakan salah satu aplikasi twitter yang paling populer. UberSocial dapat digunakan untuk BlackBerry, iPhone, Android dan Kindle Fire. UberSocial membuat pengguna dapat mengakses informasi ketika sedang berada dalam perjalanan, menawarkan fungsionalitas secepat kilat, konten yang membantu, menyesuaikan pilihan, dan pengalaman pengguna twitter yang lebih kaya. UberSocial menyediakan fitur-fitur seperti LivePreview, UberBar, UberChannels dan Custom Theme.

### b. Chime.in



Chime.in adalah situs jejaring sosial dimana pengguna dapat berbagi, terhubung dengan orang lain, dan membangun komunitas sesuai dengan topik favorit disekitar kita. Chime.in

adalah salah satu jaringan terbaru di internet, Chime.in memasuki dunia online Oktober lalu di San Fransisco pada saat pertemuan tingkat tinggi web 2.0. Tidak seperti situs jejaring sosial biasa seperti Facebook dan MySpace, fokusnya hanya untuk menyatukan orang-orang dengan ketertarikan yang sama.

Hal lain yang membedakan Chime.in adalah bahwa anggota dapat keuntungan dari berbagai iklan dari berbagai reklame dan pengikut mereka. Dalam Bahasa Inggris sehari-hari, kata Chime.in berarti menambahkan pikiran untuk sebuah diskusi. Diterapkan untuk jaringan ini untuk dapat menambahkan pikrian dan percakapan jika memiliki sesuatu yang menarik untuk berbagi oleh para penggunanya.

### c. Echofon



Echofon, yang dulu bernama twitterfon, digunakan oleh lebih dari 3 juta orang. Startup menawarkan sebuah aplikasi twitter

untuk iPhone, pengguna setia dari twitter, sebuah aplikasi facebook untuk iPhone, dan aplikasi twitter untuk iPad.

Salah satu fitur yang paling menarik dari Echofon adalah pengguna dapat menentukan tweet yang sudah pernah dilihat didalam aplikasi tersebut, sehingga pengguna tidak perlu melihat tweet yang sebelumnya pernah dibaca. Selain membuat pengguna tidak membaca tweet yang sama, media ini dibuat mudah untuk digunakan. Aplikasi ini membuat

pengguna dapat melihat dan berbagi foto, lokasi, dan link dengan sangat mudah. Fitur pemberitahuan ketika dibutuhkan di aplikasi Echofon dapat memberi tahu dan menyebutkan pesan yang ada. Pengingat duplikat dapat dihindari dan dapat mengatur sebuah periode tidur.

### **3) Inovasi**

UberMedia dibentuk untuk mendorong inovasi dalam komunikasi dengan menciptakan aplikasi yang membuatnya lebih mudah, lebih efisien dan lebih menyenangkan untuk menjadi bagian dari twitter dan platform media sosial lainnya. UberMedia berusaha untuk memperluas media-media yang ada menjadi pengalaman bagi para penggunanya.

#### **a. LivePreview**

Aplikasi Twitter UberMedia adalah yang pertama kali dan satu-satunya yang memiliki fitur *LivePreview*. *LivePreview* berguna untuk dapat memeriksa *link* dan foto tanpa keluar dari *timeline*. Apabila digunakan dalam *smartphone*, cukup menyentuh *tweet* yang ada untuk mengetahui konten dari link tersebut. Ketika diubah menjadi mode *landscape*, *timeline* akan muncul di satu kolom dan *link* tersebut akan terkait dengan menyoroti *tweet* yang ada di sampingnya.

#### **b. UberChannels**

UberChannels mengatur konten terbaik di twitter dengan menggunakan konteks wilayah. Dari olahraga hingga peristiwa dalam waktu yang sama, UberChannels akan membuat pengguna tetap dapat menjangkau informasi dengan *hashtag* yang paling banyak dan *tweet-*

*tweet* yang terpopuler tanpa harus mengikuti berbagai macam akun twitter yang berbeda.

#### **4) UberMedia di Indonesia**

UberMedia memiliki pasar yang luas di Indonesia karena Indonesia adalah negara dengan peringkat kelima pengguna Twitter terbanyak di dunia. UberMedia semakin memperluas jaringannya di Indonesia melalui Adstar sebagai salah satu *ad network company* yang mencuat setelah terpilih menjadi *exclusive country reseller* bagi UberSocial, sebuah aplikasi urutan ketiga penggunaan Twitter yang sangat populer bahkan di Indonesia. UberSocial, yang dibuat oleh UberMedia, tersedia di tiga platform besar, BlackBerry, Android, dan iOS. Selain itu UberMedia juga menunjuk adstar sebagai *exclusive country reseller* untuk *multiply* di Indonesia.

UberMedia memilih mengekspansi pasar penggunaan Twitter di Indonesia melalui Adstar dikarenakan Adstar bekerjasama dengan 500 website lokal dan *mobile site* di Indonesia dengan total *inventory* sebesar 1.3 Miliar *impressions* per bulan. *Website* dan *mobile site* yang tergabung dalam jaringan Adstar antara lain adalah Kompas.com, Vivanews.com, Kapanlagi.com, Multiply.com, Metrotvnews.com, dan termasuk juga beberapa blog. UberMedia memiliki pangsa pasar yang besar terkait Twitter. Perusahaan ini telah mengakuisisi UberTwitter, Echofon dan sejumlah startup terkait Twitter di Indonesia.

#### **B. Sejarah Lahirnya UberSocial**

Ubersocial lahir beberapa hari setelah adanya kasus pemblokiran terhadap aplikasi Ubertwitter oleh pengelola situs Twitter pada 19 Februari 2011. Selain

Ubertwitter aplikasi lain seperti Twitdroyd dan UberCurrent juga mengalami pemblokiran serupa. Pihak Twitter mengklaim adanya pelanggaran aturan oleh para pengembang aplikasi ini. ([id.wikipedia.org/wiki/Ubertwitter](http://id.wikipedia.org/wiki/Ubertwitter))

Pihak pengelola Twitter mengklaim setidaknya ada 2 alasan yang membuat Ubertwitter diblokir. Alasan pertama adalah penggunaan nama Ubertwitter sendiri yang mengandung kata 'Twitter'. Padahal nama 'Twitter' adalah merek dagang milik Twitter, Inc.

Alasan kedua yakni adanya fitur tmi.me pada Ubertwitter. Fitur itu memungkinkan pengguna mengirimkan *tweet* lebih dari 140 karakter, batas karakter yang ditetapkan oleh pengelola Twitter. Layanan ini membuat kemungkinan tertampilkannya *tweet* yang bersifat pribadi di website publik.

Atas dasar itulah, UberMedia sebagai pengembang aplikasi melakukan beberapa perbaikan dan penyesuaian sehingga aplikasi buatan mereka tidak bertentangan aturan dan ketentuan yang dibuat oleh pengelola Twitter. Untuk menggantikan Ubertwitter, lahirlah aplikasi bernama Ubersocial ini.

Ubersocial dalam perkembangannya sekarang, tidak seperti pendahulunya yang terbatas hanya melayani telepon selular Blackberry, melainkan menambah juga layanan pada telepon selular berbasis sistem operasi Android dan iPhone.

### **1) Penggunaan**

Para pengguna bisa memulai dengan mengunduh aplikasi Ubersocial dengan gratis untuk versi yang biasa. Tempat mengunduh untuk tiap

perangkat berbeda- beda. Menyesuaikan perangkat telepon selular yang dipakai.

Ubersocial for Blackberry untuk para pengguna perangkat Blackberry bisa diunduh di Blackberry App World. Ubersocial for Android untuk para pengguna perangkat telepon seluler yang sistem operasinya berbasis Android dapat diunduh melalui Android Market. Dan yang terakhir adalah Ubersocial for iPhone yang bekerja pada telepon seluler dengan sistem operasi iOs, dapat diunduh dari Apple App Store.

## 2) Fitur

Ubersocial memiliki fitur- fitur yang ditawarkan kepada para pemilik akun Twitter agar mereka tertarik menggunakan Ubersocial ketika akan mengirimkan sebuah *Tweet*. Fitur- fitur dasar yang dimiliki oleh Twitter tetap ada. Beberapa mengalami modifikasi sehingga lebih menggunakan para pengguna. Berikut ini fitur- fitur yang ditawarkan oleh Ubersocial:

### a. Mode Tweet

Mengirimkan *tweet* adalah suatu hal mendasar bagi aplikasi pihak ketiga Twitter seperti Ubersocial dalam melayani para pengguna. Ubersocial memberi pilihan kepada pengguna dalam memilih berbagai cara untuk mengirim pesan *tweet* atau kicauan. Pertama dengan mode konvensional, pengguna mengetikkan seperti biasa *tweet* apa yang ingin dia kirim. Kedua, ia bisa *men-tweet* ulang *tweet* yang dibuat oleh pengguna lain. Ketiga, pengguna dapat mengirim ulang *tweet* yang dibuat oleh pengguna lain dengan melakukan perubahan

terhadap *tweet* tersebut terlebih dahulu. Cara yang pertama dan kedua adalah cara standar yang memang disediakan oleh pihak Twitter. Sedangkan cara yang ketiga adalah fitur spesial yang ditawarkan aplikasi ini.

#### **b. Multi Person**

Seringkali para pengguna Twitter mempunyai akun lebih dari satu. Misalnya akun yang pertama adalah akun untuk dirinya pribadi. Sedangkan akunnya yang kedua adalah akun milik perusahaan tempat pengguna bekerja, yang pengoperasiannya dipercayakan kepadanya. Untuk memudahkan hal ini, Ubersocial menawarkan fitur Multi Person sehingga para pemakai akun ganda ini tak perlu menggunakan dua aplikasi berbeda ketika mengoperasikan masing-masing akun tersebut.

#### **c. Pengingat**

Dalam mempermudah komunikasi melalui Twitter, UberSocial akan melakukan pemberitahuan pada telepon selular pengguna terhadap setiap aktivitas yang berhubungan dengan akun milik pengguna tersebut. Pemberitahuan meliputi adanya setiap *tweet* baru yang belum terbaca, *tweet* yang mengandung nama akun pengguna di dalamnya, dan pesan pribadi yang dikirimkan ke akun pengguna. Fitur ini sangat penting apabila pengguna menginginkan berlangsungnya komunikasi yang intens antar pengguna lain melalui layanan Twitter

#### **d. Multi Posting**

Perkembangan dunia komunikasi menggiring terjadinya konvergensi media. Sesuatu yang efektif dan praktis sangat dibutuhkan oleh setiap orang. Ubersocial menjawab ini dengan membantu penggunanya untuk menyebarkan *tweet* ke akun Facebook mereka. Sehingga setiap *tweet* yang dibuat oleh pengguna, *tweet* tersebut dapat langsung terpasang di akun Facebook mereka secara otomatis. Pada pengguna telepon selular Blackberry, memungkinkan *tweet* juga terpasang otomatis pada status personal Blackberry Messenger.

#### **e. Lingkaran Terdekat / My Inner Circle**

Dunia Twitter mempunyai ribuan akun yang bisa diikuti. Namun terkadang ada orang-orang terpenting yang harus diikuti dan diberi perhatian khusus agar *tweet-tweet* dari mereka tidak terlewatkan. Ubersocial menawarkan pengguna untuk memilih akun-akun tersebut dan memasukkannya ke dalam fitur 'lingkaran terdekat'. Dengan fitur ini para pengguna bisa terus memantau setiap *tweet* yang dikirim oleh akun-akun di dalam fitur 'lingkaran terdekat' dengan lebih intens.

#### **f. Siapapun Di Dekat Kita / Everyone Near Me**

Fitur ini berguna untuk mengetahui akun-akun yang sedang mengirim pesan *tweet* yang berlokasi di dekat pengguna. Pengguna dapat mengetahui akun-akun yang sedang berada di dekatnya tersebut tanpa harus mengikuti akun mereka. Fitur ini dapat bermanfaat ketika

pengguna ingin mengetahui apa yang sedang populer dibicarakan oleh orang-orang di sekitarnya.

**g. LivePreview**

Seringkali beberapa akun mengirimkan *tweet* berupa gambar, video, halaman web ataupun tulisan mereka di blog. Dengan Fitur LivePreview ini, aplikasi Ubersocial mampu menampilkan langsung hal-hal tersebut secara langsung. Kemampuan ini dapat mempersingkat waktu yang dibutuhkan bagi para pengguna ketika penasaran atas suatu kiriman yang muncul di lini masa mereka. Pengguna tidak perlu menutup aplikasi untuk mengaktifkan peramban web untuk membuka suatu halaman web, cukup menggunakan Ubersocial saja alamat web tersebut sudah dapat terbuka.

**h. Mode Mute**

Dengan fitur ini pengguna dapat menghilangkan keberadaan kiriman *tweet* dari akun tertentu pada lini masanya. Misalnya ketika akun tersebut mengirimkan *tweet* dalam jumlah banyak dalam selang waktu yang singkat. Sehingga berpotensi untuk menenggelamkan *tweet-tweet* lain. Kejadiannya mirip apabila pengguna melakukan pengaturan untuk tidak lagi mengikuti suatu akun. Bedanya, dengan mode mute ini, pengguna tetap mengikuti orang tersebut. Ketika suatu waktu pengguna ingin menampilkan kiriman *tweet* dari akun yang di mute tersebut, pengguna cukup melakukan proses unmute. Kiriman

*tweet* dari akun yang sudah di unmute akan tampil lagi di lini masa seperti biasa.

**i. Akun Terekomendasi / Recommended Users**

Fitur ini memberikan rekomendasi kepada pengguna aplikasi Ubersocial mengenai akun- akun yang populer atau yang layak diikuti oleh pengguna. Rekomendasi diberikan dengan pembagian pada kategori tertentu: musik, olahraga, hiburan, komedi, fashion, keluarga, teknologi, makanan, minuman dan berita

**j. Fitur Pencarian yang Canggih**

Twitter menawarkan fitur pencarian pada halaman webnya. Namun fitur pencarian yang disediakan masih sangat konvensional. Pada aplikasi Ubersocial fitur pencarian mampu menghasilkan pencarian yang lebih spesifik. Pengguna bisa menentukan batasan jarak atau lokasi mengenai suatu hal yang mereka cari. Misalnya mencari *tweet* opini masyarakat atas kasus pembunuhan, yang terjadi suatu kota tertentu. Pencarian yang dilakukan oleh pengguna juga bisa disimpan. Sehingga suatu hari pengguna dapat melihat pembaharuan dari sesuatu yang pengguna cari tersebut.

**3) Hasil observasi**

UberSocial sebagai sebuah sosial media, menarik pula bagi pihak pengiklan. Dari hasil observasi, *brand-brand* besar banyak yang beriklan untuk menawarkan produk, jasa atau penawaran menarik lain menggunakan aplikasi UberSocial.

Iklan yang ditampilkan oleh UberSocial sangat beragam, peneliti mendapati iklan yang berganti hanya dalam beberapa tenggat waktu (+- 1 jam), pergantian ini bisa pergantian jenis iklan (dalam 1 *brand*), dan pergantian *brand*. Dari hasil observasi, peneliti dapat menyebutkan beberapa *brand* yang beriklan menggunakan UberSocial selama 4 bulan terakhir (April – Juli 2013), antara lain : Garuda Indonesia, Games (Clash the Titans), Telkomsel, Cisco dan WeChat.

Beberapa *brand* yang beriklan intensitas dan frekuensinya berbeda-beda, seperti yang telah disebutkan, kadang hanya beriklan dalam hitungan jam, dan ada juga yang dalam hitungan hari. Selama penelitian ini, *brand* yang beriklan, hanya WeChat, selama kurang lebih 16 hari, aplikasi WeChat beriklan dengan berbagai versi (dilampirkan).