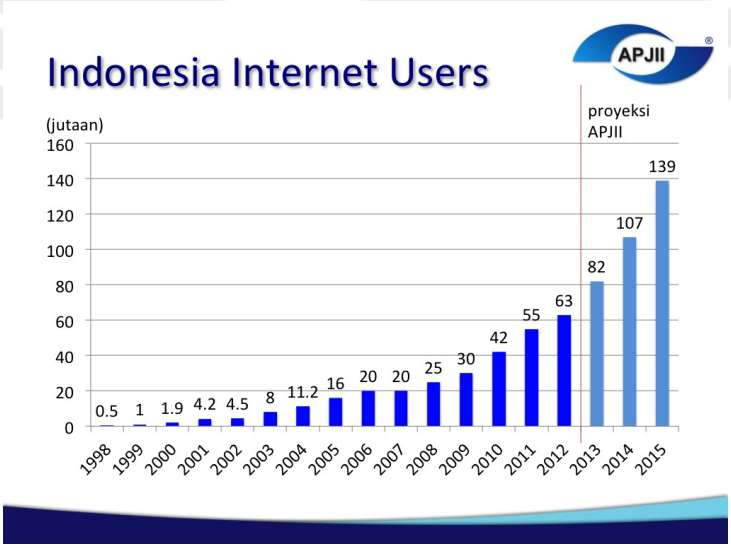
BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet merupakan jaringan besar di seluruh dunia yang saling berhubungan yang memungkinkan transfer informasi elektronik. Melalui *new media* ini pula, manusia yang tersebar di seluruh dunia dapat berinteraksi satu sama lainnya. Internet sebagai teknologi juga disebut dengan *interactive media*. Ketika internet berkembang, maka proses komunikasi juga mengalami perkembangan. Komunikasi yang dahulu hanya sebatas pertemuan langsung dan bertatap muka, kini sudah dapat dimungkinkan untuk tidak diperlukannya lagi tatap muka. Teknologi internet lah yang menjadikan proses komunikasi sebagai media perantara antar manusia. Salah satu kegunaan utama internet seperti halnya ARPANET, adalah mengirim pesan e-mail dalam bahasa 'sesungguhnya', sebagian besar di antaranya adalah dari satu orang ke orang lain (Burke,2000, h.380).



Gambar 1.Grafik Pengguna Internet Indonesia (APJII)

Sumber: www.apjii.or.id

Data statistik yang bersumber dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tersebut menggambarkan perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia. Peneliti mengambil contoh dari data di atas, yaitu pengguna internet di Indonesia dimulai pada tahun 2009, dimana ada peningkatan yang signifikan menuju tahun 2010 sampai tahun 2012. Kemudian proyeksi yang terjadi peningkatan pada tahun 2013-2015. Terjadinya peningkatan penggunaan internet dikarenakan beberapa manfaat, antara lain adalah internet yang merupakan sumber informasi yang dapat diperoleh bagi mereka pekerja yang berprofesi dalam bidang pendidikan, maupun bidang kesenian. Selain itu, *media online* ini juga dapat dipergunakan sebagai sarana untuk menambah pergaulan atau sarana sosialisasi melalui berbagai forum dan jejaring sosial, dan sebagai alat promosi bagi pebisnis *online* yang tanpa harus memiliki toko yang dibangun secara fisik. Melalui jejaring sosial yang ada di internet pulalah, dapat dilakukan promosi atau bahkan menjadi sarana untuk usaha. Pada kalangan tertentu, tepatnya remaja, internet dipergunakan untuk beberapa hal, antara lain adalah pengunggahan berbagai kegiatan, aktivitas serta foto-foto pribadi, pengekspresian perasaan maupun pemikiran yang bersifat pribadi, berinteraksi dengan orang lain melalui dunia maya dengan menggunakan *e-mail*, *chatting*, sosial media, permainan *game online*, dan akses iklan berupa produk dan iklan layanan (diskominfo.jabarprov.go.id, 2013).

Ketika mengalami perkembangan, internet juga dapat dijangkau melalui *gadget*, seperti *tablet* maupun *smartphone* dengan sistem operasi yang tersedia di dalamnya seperti Symbian, Android, maupun Mac OS. Melalui perkembangan

teknologi ini pula terdapat pergeseran gaya hidup masyarakat Indonesia yang memiliki kecenderungan untuk bergantung pada akses internet, dikarenakan pengguna *gadget* ini dapat menggunakan fitur-fitur untuk *browsing* atau mencari data dan informasi, atau bermain *games*, baik *online* maupun yang telah tersedia di *gadget* dan bersifat gratis, serta proses sosialisasi melalui sosial media.

Cuplikan artikel yang dimuat dari *website* bixbux.com di bawah ini menjelaskan bahwa perkembangan internet yang juga mempengaruhi pertumbuhan masyarakat *online* di Indonesia diasumsikan oleh *smartphone.*

> "Prediksi eMarketer mengatakan smart phone ini akan memiliki 23% dari total keseluruhan pemakai ponsel di seluruh Indonesia pada awal tahun 2014. (bixbux.com, para. 4)
>
> … Penyebaran ponsel pintar akan diperkirakan naik sebnyak 47% pada tahun 2016 dengan total pengguna sebanyak 87,4 juta orang… (bixbux.com, para. 5)
>
> Diperkirakan tren dalam pengunaan ponsel pintar ini akan terus berjalan. Yahoo dan TNS global mengatakan bahwa pengguna internet mobile di Indonesia sebanyak 86% akan memakai fitur telepon saja, 20% akan menggunakan smart phone dan 7% akan menggunakan tablet." (bixbux.com, para. 6)

Bentuk fisik *gadget* yang hadir di masyarakat, sangat memungkinkan untuk mudah dibawa dan dipergunakan dimanapun, dan kapanpun. Berbagai fitur dapat diunduh pada aplikasi *gadget*, baik yang gratis maupun berbayar. Melalui *gadget* yang dimiliki, ketika ingin melakukan aktivitas *mobile* internet, para penggunanya dapat menggunakan berbagai aplikasi yang tersedia pada *gadget* maupun juga dapat mengunduhnya. Aplikasi tersebut nantinya dapat diunduh secara gratis atau juga berbayar. Berbagai kategori aplikasi yang tersedia salah satunya adalah berisikan aplikasi-aplikasi jejaring sosial.

Aplikasi sosial media yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah Path. Sosial media ini dapat dengan mudah di*download*, karena aplikasi ini tidak berbayar. Penjelasan yang ada pada *website* www.techno.okezone.com

menjabarkan bahwa Path merupakan aplikasi media sosial yang didirikan oleh Dave Morin, Shawm Fanning, dan Dustin Mierau. Perusahaan ini berada di San Fransisco,USA (*techno.okezone.com*, 2013). Path memungkinkan para penggunanya untuk berbagi foto serta pesan kepada pengguna lainnya. Aplikasi ini memiliki sedikit perbedaan dibandingkan aplikasi media sosial lainnya, yaitu ketika satu akun Path seseorang sudah berteman atau disetujui dengan akun Path seseorang lainnya, maka kedua akun ini bisa saling mengakses *profile* keduanya, namun ketika akun Path seseorang dengan lainnya belum berteman atau belum disetujui, maka akun Path seseorang tidak dapat mengakses. Privasi masih dapat dijaga dalam penggunaan Path oleh para penggunanya. Beberapa fitur yang tersedia dlam aplikasi Path antara lain adalah pengguna dapat membuat *profile*-nya sendiri, mengunggah foto maupun video, mengunggah lokasi dimana pengguna saat itu berada, meng-*update* status serta komentar, berbagi film, musik, serta buku kepada pengguna lainnya, Path juga menyediakan tombol tidur, dimana ketika tombol tersebut diaktifkan, maka pengguna tidak dapat mengakses halamannya, dan yang terakhir adalah kemudahan para penggunanya untuk saling mengirimkan pesan kepada pengguna Path lainnya (chip.co.id, 2012). Itulah sebabnya teknologi aplikasi Path menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibahas. Peneliti dapat melihat bagaimana pola komunikasi ini berlangsung.

Topik mengenai pola komunikasi dapat dilihat dari beberapa contoh yang akan dijabarkan di bawah ini. Penulis telah menemukan setidaknya tiga penelitian. Penelitian pertama berjudul "Pola Perilaku Komunikasi dalam *Game Online Audition Ayo Dance*-Studi Etnografi pada Pemain *Game Online Ayo Dance* yang

Kecanduan di Kota Malang" oleh Fendy Gunawan (2013). Penelitian ini menjelaskan mengenai perilaku komunikasi pada pemain *game online Ayo Dance* yang mengalami kecanduan dalam bermain *game.* Hasil dari penelitian diambil berdasarkan pengamatan serta pemahaman terhadap perilaku yang dilakukan di dunia maya. Penelitian tersebut dapat dilihat perbedaan perilaku komunikasi yang bervariasi antara pemain *Ayo Dance* yang kecanduan karena intensitas bermain yang tinggi dengan perilaku komunikasi pada pemain *Ayo Dance* yang tidak kecanduan.

Penelitian kedua berjudul "Perilaku Komunikasi Terpidana Kelompok Terorisme" oleh Muhammad Khairil (2012). Sang peneliti melakukan penelitian mengenai proses komunikasi yang dilakukan terpidana teroris dengan dua cara, pertama yaitu dengan perilaku verbal, antara lain dapat dilihat dari sisi identitas diri, interaksi dan dialog, dialektika retoris, serta transformasi ideologi. Selain perilaku verbal, terpidana teroris juga menampakkan perilaku non verbal, antara lain adalah penggunaan celana di atas mata kaki, penggunaan kopiah, memanjangkan jenggot, dan aroma parfum.

Penelitian ketiga berjudul "Jenis Pola Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Perokok Aktif di Desa Jembayan Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara" oleh Hendri Gunawan (2013). Peneliti melihat beberapa pola yang digunakan orang tua untuk melakukan komunikasi terhadap anak perokok aktif. Peneliti mengemukakan tiga jenis pola komunikasi pada orang tua dengan anak perokok aktif, yaitu pertama adalah *Authoritarian.* Pola komunikasi pertama ini menunjukan sikap otoriter dari orang tua, dimana terjadi komunikasi hanya satu

arah dari orang tua yang menjadi komunikator, sedangkan anak hanya menjadi komunikaan saja. Kedua yaitu *Permissive* atau pola komunikasi ini menjelaskan adanya kebebasan berlebihan yang ada pada anak untuk menentukan pengambilan suatu keputusan. Kontrol orang tua pada anak sangat rendah, sehingga mengakibatkan seorang anak seakan kehilangan sosok panutan. Ketiga adalah *Authoritative*, yang mana terjadi komunikasi interpersonal antara orang tua dan anak dan sikap terbuka diantara keduanya, sehingga terjadi timbal balik yang positif pula.

Berdasarkan ketiga penelitian di atas, penulis ingin mengembangkan penelitian dengan perspektif yang lain dari penelitian yang telah ada sebelumnya. Topik yang akan diangkat peneliti nantinya mengenai Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media Path. Peneliti akan melihat perbandingan pola komunikasi yang dilakukan oleh kumpulan kelompok pengguna Path yang berbeda, dan juga pada individu pengguna Path yang tanpa memiliki kelompok.

Terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, di bawah ini terdapat cuplikan berita mengenai data yang menerangkan jumlah pengguna Path di seluruh dunia, termasuk di Indonesia yang peneliti kutip dari beberapa sumber berbeda.

> “Dalam situs Recode, dituliskan bila jumlah pengguna Path di seluruh dunia saat ini mencapai 23 juta orang. Sekitar 25 persen pengguna, sekitar enam juta, datang dari Indonesia. Dari jumlah itu, pengguna yang aktif diperkirakan mencapai empat juta orang.” (www.tempo.co)

> “ "Itu membuat Indonesia jadi pasar nomor satu untuk Path sekarang. Itu membuat saya datang ke sini (Jakarta). Saya ingin mempelajari karakter orang-orang di sini. Apa yang mereka suka, inginkan. Setelah itu kami buatkan inovasinya di Path," jelas Morin.” (teknologi.news.viva.co.id)

Tingginya persentase pengguna Path di Indonesia menurut data yang dijabarkan di atas membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai Pola komunikasi Pengguna Sosial Media Path.

Melalui media sosial Path, pesan yang disampaikan akan berkumpul dan dilihat oleh para pengguna Path lainnya. Kemudian pesan yang tersebar melalui Path tersebut ada kalanya akan direspon oleh komunikan sekaligus komunikator lainnya. Komunikator sekaligus komunikan ini juga memungkinkan akan membahas mengenai isu yang mereka sampaikan melalui Path secara tatap muka. Maka pola interaksi ini akan berjalan secara berkesinambungan.

Menurut pre-riset yang dilakukan pada tanggal 9 Mei 2014, peneliti melakukan koding isu terhadap *timeline* dua pengguna Path yang memiliki teman terbanyak dan melihat 50 status yang di-*posting* di *timeline* Path. Beberapa kategori yang telah peneliti kelompokkan dalam pre-riset ini, antara lain adalah *posting* mengenai tempat, video, foto atau gambar yang dibagi lagi dalam beberapa bagian seperti foto tempat, gambar berita, foto makanan, foto narsis atau *selfie* dan foto hewan. Selain itu juga mengenai status berupa tulisan, status megenai lagu yang sedang didengarkan dan film yang sedang ditonton. Pertama peneliti melihat pengguna Path, sebut saja A yang merupakan seorang mahasiswi. Pengguna Path A mengunggah status, dan sebagian besar didominasi oleh *update* mengenai tempat. Hal tersebut dapat terlihat dari jumlah *update* mengenai tempat yang berjumlah 23 status. Status yang diunggah tidaklah hanya sekedar status tempat saja, beberapa status pengguna Path A sekaligus juga beserta foto, baik foto suasana tempat tersebut, maupun foto dirinya sendiri dan bersama teman-

temannya yang sedang berada di tempat tersebut dan status mengenai tempat tersebut jumlahnya sebesar 29 status. Pengguna Path kedua adalah B yang merupakan seorang mahasiswa. Peneliti melihat kemiripan jumlah status yang diunggah mengenai tempat yang mendominasi 50 status di Path pengguna kedua ini, yang berjumlah 31 status mengenai tempat. Namun, perbedaan yang ada pada pengguna B ini adalah bahwa pengguna B kurang cenderung mengunggah status mengenai tempat sekaligus foto seperti pengguna Path A. Walaupun *update* terbanyak mengenai tempat, pengguna B hanya cenderung untuk melakukan *tagging* kepada teman-teman Path lainnya yang juga sedang bersamanya di tempat tersebut. Posisi kedua terbanyak pada pengguna Path B adalah status mengenai lagu yang sedang ia dengarkan sebanyak 12 status. Melalui pre-riset yang telah dilakukan tersebut, peneliti dapat melihat dominasi status mengenai isu tempat dan lagu. Kemudian peneliti juga ingin mengaitkan objek penelitian, yakni para mahasiswa atau pemuda. Peneliti akan mengangkat mengenai isu tempat dan lagu. Melalui penelitian pada isu tersebut, pola komunikasi yang ditemukan bisa membantu pemetaan komunikasi pengguna Path mengenai tempat dan lagu. Pemetaan ini berguna bagi praktisi atau orang yang menggeluti *marketing communication* yang memiliki bisnis tentang tempat dan lagu, karena penelitian terkait dengan Path dirasa masih sedikit.

Peneliti juga menemukan penelitian sebelumnya tentang Path, yaitu oleh Ekky Puspika Sari (2013), berjudul Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung. Melalui penelitian tersebut, dijelaskan bahwa terdapat keberagaman perilaku komunikasi yang ada

pada pengguna Path, yaitu perubahan gaya hidup yang tinggi, *Brand Images, highclass* hingga adanya transparansi dalam segi kehidupan para pengguna Path satu dengan lainnya (elib.unikom.ac.id, 2013). Karena masih sedikitnya penelitian tentang path,maka kemudian peneliti ingin melakukan penelitian terkait dengan Path dari segi pola komunikasi dari para penggunanya.

Peneliti mengambil fokus objek penelitian yakni para mahasiswa atau pemuda. Data yang diperoleh peneliti yang berasal dari *website* www.marketingmagazine.co.uk (2013) menerangkan bahwa 78% pemuda cenderung "sering" atau "sepanjang waktu" menggunakan media sosial. Mayoritas pemuda dalam *website* tersebut juga menyatakan bahwa mereka lebih banyak melakukan berbagai aktivitas dan mengontrol diri mereka sendiri dalam media sosial. Sebanyak 64% dari mereka merasakan bahwa berbagai rekan mereka menyampaikan banyak informasi di dalam media sosial.

Melalui *website* www.unesco.org (n.d) dijabarkan bahwa pemuda sering ditunjukkan dengan orang diantara kelompok usia dimana sedang menempuh pendidikan maupun pekerjaan dengan rentang usia antara 15-35 tahun. Peneliti mengambil populasi pemuda yang berprofesi sebagai mahasiswa dengan *range* usia rata-rata 19-24 tahun.

Banyak dari mahasiswa menghabiskan waktu dengan media sosial, namun tak mudah untuk mengetahui dengan pasti karakter yang mereka tunjukkan dalam media sosial. Data yang didapat peneliti yang berasal dari *website* www.marketingmagazine.co.uk (2013) menjabarkan bahwa terdapat 51% pengguna, ketika *online* tidak menampakkan sifat diri mereka yang sebenarnya.

Selain itu 64% pemuda pengguna media sosial menyampaikan terlalu banyak informasi yang berasal dari dirinya melalui media sosial. Sekitar 47% para pengguna juga mengakui bahwa melalui sosial media dapat tetap melakukan komunikasi bersama teman-temannya. Persentasi lainnya adalah sebanyak 78% pengguna mengakui bahwa mereka menggunakan media sosial tiap waktu.

Berbagai aktivitas yang dilakukan tersebut, mahasiswa yang memiliki *gadget* berupa *tablet* maupun *smartphone* lebih memungkinkan untuk mengakses media sosial khususnya Path. Melalui Path, para penggunanya dapat mengetahui di mana keberadaan pengguna lainnya yang sudah berteman di Path, dan apa yang sedang mereka lakukan. Tidak menutup kemungkinan ketika salah seorang pengguna melakukan *update* status di mana mereka sedang berada, maka teman dari pengguna tersebut akan menyusul ke tempat pengguna sedang berada. Selain itu ketika seorang pengguna Path melakukan *update* status mengenai apa yang mereka sedang tonton atau lagu apa yang sedang didengarkan, maka hal tersebut bisa juga memicu pengguna lainnya mencobanya. Film-film yang ditonton atau lagu-lagu yang didengarkan bisa menjadikan refrensi atau rujukan bagi pengguna Path lainnya. Melalui aktivitas tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memahami dan menjabarkan pola komunikasi dari para pengguna media sosial Path khususnya di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data dengan FGD (*Focus Group Discussion*). Alasan penggunaan jenis penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui berbagai pendapat dari para informan yang dibentuk melalui kelompok kecil. Kelompok kecil yang terbentuk

tersebut nantinya akan dilakukan wawancara untuk mendapatkan informasi jawaban yang bervariasi dan menghasilkan landasan yang lebih luas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah adalah: Bagaimana Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media Path di Kalangan Mahasiswa?

C. Tujuan

- Mengetahui pola komunikasi sosial media Path.

D. Manfaat Akademis

1. Secara Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dan memberi masukan bagi pengembangan teori komunikasi dalam lingkup Pola Komunikasi pengguna sosial media Path.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk pengembangan praktisi dan organisasi Pola Komunikasi pengguna media sosial Path.

E. Kerangka Teori

Terdapat berbagai macam bentuk struktural dalam kehidupan masyarakat. Hal tersebut seperti kelompok-kelompok sosial, kebudayaan, lembaga sosial, stratifikasi dan kekuasaan. Beberapa hal tersebut memunculkan

suatu dinamika yang kemudian mengakibatkan pola-pola komunikasi yang berbeda, tergantung juga pada masing-masing situasi yang dihadapi. Tak dapat dipungkiri bahwa dalam masyarakat terjadi perubahan serta perkembangan. Proses tersebut berdampak pula pada masyarakat saat mereka berinteraksi antara satu dengan lainnya, yang tak hanya dari segi individu dengan individu saja, melainkan juga dengan berbagai kelompok sosial. Melalui hubungan antara satu dengan lainnya dapat dikatakan bahwa proses sosial merupakan cara-cara berhubungan yang dilihat ketika antar individu maupun kelompok sosial saling bertemu dan menentukan sistem serta berbagai bentuk suatu hubungan tersebut (Soekanto,1990, h.60). Proses sosial juga berarti pengaruh timbal-balik dari segi kehidupan bersama, contohnya pengaruh-mempengaruhi antara sosial dengan politik dengan ekonomi, ekonomi dan hukum, dan lain sebagainya (Soekanto,1990, h.60).

Komunikasi merupakan suatu proses dua arah di mana antara pengirim dan penerima pesan saling berinteraksi sehingga terjalin kesatuan pemikiran. Wilbur Schramm (1954) mengonseptualisasikan hal tersebut sebagai model komunikasi interaksional (*interactional model of communication*), yang menekankan proses komunikasi dua arah antara pengirim dan penerima pesan dan dari penerima kepada pengirim. Pesan yang diterima oleh penerima pesan lalu direspon kembali kepada pengirim disebut dengan umpan balik. Umpan balik disini maksudnya adalah komunikasi yang diberikan pada sumber pesan oleh penerima pesan untuk menunjukkan pemahaman. Umpan balik tersebut dapat berupa verbal maupun non verbal, sengaja maupun tidak sengaja. Dalam model

interaksional, umpan balik terjadi setelah pesan diterima, bukan pada saat pesan sedang dikirim (West and Turner, 2008,h.13). Sub-bab yang menjadi kelanjutan pembahasan komunikasi, yaitu fungsi komunikasi akan dijabarkan pada poin di bawah ini.

1. Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, yang pertama adalah berfungsi sebagai komunikasi sosial. Fungsi komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2002, h.5). Melalui komunikasi akan terjalin pola sosial yang berawal dari keluarga, kelompok bermain, kelompok belajar, lingkungan sekitar, dunia kerja, hingga cakupan masyarakat yang luas. Manusia tak dapat hidup dengan sendirinya sepanjang hidupnya, dan manusia memerlukan orang lain untuk berinteraksi dan bergaul. Melalui penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa manusia adalah makhluk sosial.

Melalui interaksi dan pergaulan yang dilakukan, seseorang nantinya dapat melihat pandangan dirinya sendiri yang hanya bisa diperoleh dari informasi yang diberikan orang lain kepadanya. Itulah yang disebut dengan Konsep-diri. Konsep diri pada umumnya dipengaruhi oleh orang-orang dekat disekitar kita, misalkan saja keluarga dan kerabat. Mereka itu lah yang disebut dengan

significant other (Mulyana, 2002, h.8). Kata-kata pintar, rajin, nakal, cantik, ganteng, bodoh, dan lain sebagainya adalah kata-kata yang bersumber dari mereka untuk pertama kalinya, hingga kata-kata terus berkembang melalui interaksi dan pergaulan di masyarakat. Proses konseptualisasi-diri ini pun juga akan berlangsung sepanjang hidup.

Manusia berkomunikasi juga ingin menunjukkan eksistensi diri. Hal ini disebut dengan aktualisasi-diri atau lebih tepatnya pernyataan eksistensi-diri. Mengutip dari *quote* filsuf Prancis Rene Descrates yang terkenal yaitu *Cogito Ergo Sum*("Saya berpikir, maka saya ada") menjadi "Saya berbicara, maka saya ada" (Mulyana, 2002, h.12). Sehingga fungsi komunikasi sebagai eksistensi-diri bisa dikatakan sebagai pendorong keberadaan diri ketika bersosialisasi dalam hidup bermasyarakat.

Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita serta meningkatkan kesehatan mental. Karena melalui komunikasi, kita mendapatkan pelajaran dan merasakan makna cinta, kasih sayang, keintiman, simpati, rasa hormat, bangga, atau bahkan iri hati, dan kebencian (Mulyana, 2002, h.16). Oleh karena itu, komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk adanya hiburan, kenyamanan pada diri sendiri serta orang lain.

Fungsi kedua dalam komunikasi adalah komunikasi ekspresif. Komunikasi pada fungsi kedua ini dapat dilakukan dalam kelompok ataupun secara individu. Hal tersebut tak hanya dilihat dari tujuannya untuk mempengaruhi orang lain, melainkan dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan (emosi) (Mulyana, 2002, h.21-

22). Kemudian perasaan tersebut dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal, seperti perasaan peduli, sayang, simpati, rindu, gembira, takut, sedih, marah, dan benci.

Komunikasi ritual adalah fungsi ketiga dari komunikasi. Komunikasi ini sering dilakukan secara kolektif dengan melakukan berbagai upacara disepanjang tahun selama hidup. Upacara-upacara tersebut antara lain adalah upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, hingga upacara kematian. Ketika seorang manusia dilahirkan kedunia sampai kematian, komunikasi ritual sangat berperan didalamnya. Upacara-upacara tersebut juga mengucapkan kata-kata simbolik. Oleh karenanya, komunikasi ritual juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang (Mulyana, 2002, h. 25-26).

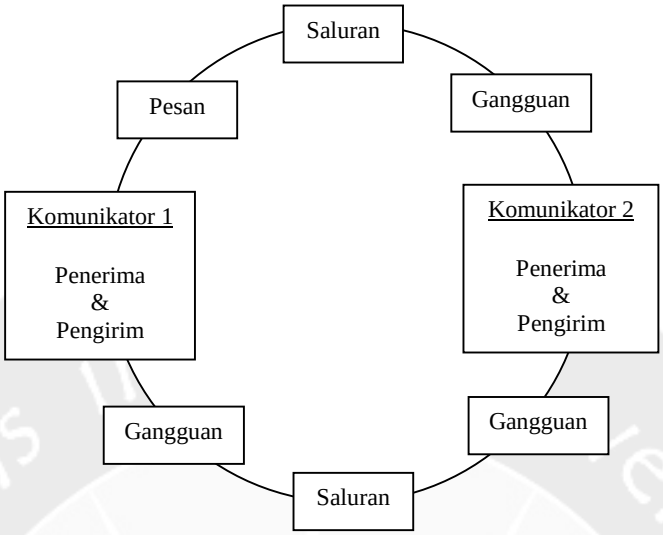
Fungsi keempat komunikasi adalah komunikasi instrumental. Komunikasi ini memiliki tujuan untuk menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan serta mengubah perilaku, dan menghibur. Pada intinya hal tersebut bertujuan untuk mempersuasi atau membujuk. Ketika menjadi instrumen, komunikasi tak hanya berperan sebagai penghubung suatu hubungan, melainkan juga dapat menghancurkan suatu hubungan. Hal tersebut dikarenakan komunikasi juga dapat bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang. Jangka pendek misalkan saja agar diperolehnya pujian, simpati, dan kesan baik dari orang lain. Untuk tujuan jangka panjang dapat diraih lewat ahli komunikasi, misalkan keahlian berpidato, berbahasa asing, maupun kecakapan menulis (Mulyana, 2002,

h. 30-31). Melalui penjelasan mengenai fungsi komunikasi di atas, selanjutnya akan dijabarkan pengenai penerapan model komunikasi pada poin di bawah ini.

2. Penerapan Model Komunikasi

Komunikasi pada dasarnya adalah sebagai sarana untuk penyampaian pesan yang berasal dari komunikator kepada komunikan sebagai lawan bicara. Pesan yang disampaikan dapat berupa informasi dan gagasan, agar informasi atau gagasan tersebut dipahami oleh orang lain melalui media dan harapannya mendapat *feedback.*

Penelitian ini dapat dikaitkan dengan model komunikasi yang dikembangkan oleh Steward L.Tubbs (Mulyana, 2002, h.153). Model Tubbs menjabarkan bagaimana terdapat dua belah pihak peserta komunikasi yang sama-sama dapat menjadi komunikator maupun komunikan. Melalui model ini dapat diketahui bahwa kita juga melakukan pengamatan perilaku mitra bicara kita, dan kemudian terjadi reaksi timbal balik atau saling mempengaruhi.



Gambar 2. Model Komunikasi Tubbs

(Sumber: Mulyana, 2002)

Dapat dicontohkan dari gambar di atas bahwa penggunaan nomor 1 untuk komunikator 1 dan nomor 2 untuk komunikator 2 yang mana keduanya juga dapat menjadi komunikan. Komunikasi yang terjadi sebenarnya bersifat sembarang, artinya antara komunikator 1 dan komunikator 2 dapat mengawali proses komunikasi, tergantung siapa yang akan berinisiatif dan peluang untuk memulai.

Model komunikasi Tubbs menggambarkan bahwa antara komunikator 1 atau komunikator 2 saling menerima informasi atau pesan berupa rangsangan yang mereka sampaikan melalui saluran yang ada. Rangsangan tersebut juga berasal dari internal maupun eksternal dari dirinya. Pesan dalam model Tubbs itu dapat berupa pesan verbal, juga non verbal, bisa disengaja ataupun tidak disengaja. Salurannya adalah alat indra, terutama pendengaran. Pengelihatan, dan perabaan. Gangguan atau *noise* dalam model Tubbs terbagi dua, gangguan teknis dan gangguan semantik. Gangguan teknis adalah faktor yang menyebabkan si

penerima merasakan suatu perubahan dalam informasi atau rangsangan yang tiba, misalnya kegaduhan. Gangguan ini juga dapat berasal dari pengirim pesan, misalkan orang yang mengalami kesulitan bicara atau yang berbicara terlalu pelan hingga nyaris tak terdengar. Sedangkan gangguan semantik adalah pemberian makna yang berbeda atas lambang yang disampaikan pengirim (Mulyana,2002,h.155-156)

Model komunikasi yang dijabarkan tersebut dapat dikaitkan mengenai topik penelitian yang akan dilakukan. Pada model ini terlihat dua belah pihak yang melakukan komunikasi. Kedua belah pihak tersebut sama-sama dapat menjadi penerima serta pengirim pesan atau yang biasa disebut sebagai komunikator dan komunikan. Komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan melalui saluran, dalam model ini dapat ditemukan gangguan (*interfence*) atau kegaduhan (*noise*) yang terkait dengan pesan verbal maupun non verbal.

Alasan penggunaan model Tubbs dalam penelitian ini karena nantinya akan terkait dengan media sosial Path yang merupakan saluran dalam melakukan proses komunikasi. Path merupakan aplikasi media sosial yang pada dasarnya hanya dapat diakses melalui *mobile phone*. Secara teknis, aplikasi tersebut diunduh dan dioperasikan dengan membutuhkan koneksi internet. Apabila koneksi internet terganggu, maka hal tersebut dapat menjadi kendala mengakses Path itu. Peneliti mengidentifikasi hal tersebut ke dalam komponen *noise* dalam proses komunikasi. Melalui model komunikasi tersebut dapat dikaitkan dengan pola-pola komunikasi yang dijabarkan pada poin berikutnya.

3. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Terdapat beberapa bentuk komunikasi, antara lain adalah komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Pertama adalah komunikasi intrapribadi, yang merupakan komunikasi yang dilakukan pada diri sendiri. Hal ini dilakukan secara sadar maupun tak sadar. Dapat dicontohkan dalam komunikasi ini adalah proses berpikir. Kedua adalah komunikasi antarpribadi, yaitu komunikasi yang dilakukan antara dua belah pihak secara tatap-muka. Sehingga para pesertanya dapat menangkap reaksi yang disampaikan lawan bicaranya baik secara verbal maupun non verbal. Ketiga adalah komunikasi kelompok, yang didefinisikan sebagai sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama, melakukan interaksi antara satu dengan lainnya guna mencapai tujuan yang sama, saling mengenal satu dengan lainnya, serta adanya pandangan bahwa mereka adalah bagian dari suatu kelompok tersebut. Selanjutnya adalah komunikasi publik, yang merupakan komunikasi antara seseorang pembicara dengan sejumlah besar orang atau khalayak, dan tak dapat dikenali satu per satu. Seperti halnya pidato, ceramah, dam kuliah (umum) adalah contoh dari komunikasi ini. Komunikasi organisasi adalah hal kelima dari bentuk komunikasi. Komunikasi organisasi ini terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan bisa juga bersifat informal, serta berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar ketimbang komunikasi kelompok. Keenam sekaligus poin terakhir dari bentuk komunikasi adalah komunikasi massa. Merupakan komunikasi yang menggunakan media massa dalam penyampaiannya, baik berupa media cetak

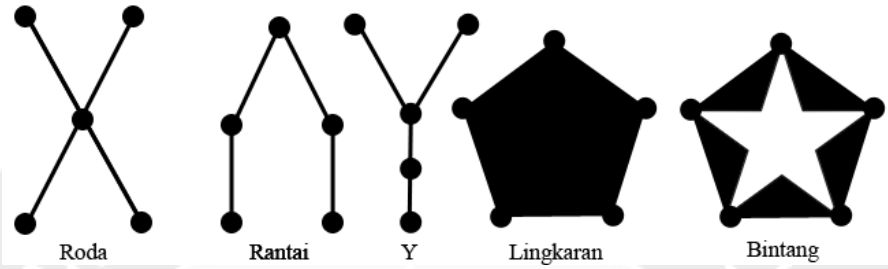
(majalah, surat kabar) atau alat elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga maupun seorang yang dilembagakan, dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dimasyarakat yang bersifat heterogen atau variatif (Mulyana,2002,h.71-75). Bentuk-bentuk komunikasi yang dijabarkan di atas akan dikaitkan dengan pola komunikasi pada poin selanjutnya.

4. Pola komunikasi

Manusia yang hidup dalam masyarakat pada hakikatnya saling berhubungan untuk saling berkomunikasi serta bertukar informasi. Hal tersebut dilakukan antara seorang individu dengan individu maupun dengan kelompok, sehingga terjadi proses interaksi di dalamnya. Namun proses tersebut pula juga dimungkinkan untuk ditemukannya individu-individu yang disukai sehingga diajak berinteraksi dan juga individu-individu yang tidak disukai lalu diabaikan oleh individu lainnya.

Menurut definisinya, pola atau jaringan komunikasi yang dijelaskan oleh Devito (1997: 344) yaitu, “Saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain”. Melalui penjabaran tersebut, dapat dikatakan bahwa pola atau jaringan komunikasi tersebut menjadikan pesan yang ada dapat disampaikan ataupun diteruskan kepada pihak lainnya melalui struktur saluran, dan dilakukan oleh seorang individu atau suatu kelompok.

Pola komunikasi atau jaringan komunikasi juga dibagi ke dalam lima macam struktur antara lain adalah pola roda, pola rantai, pola Y, pola lingkaran, dan pola bintang dalam buku Psikologi Komunikasi (Rakhmat,1991,h.162-163).



Gambar 3. Lima Macam Jaringan Komunikasi
(Sumber: Rakhmat, 1991)

a. Jaringan Roda

Pada jaringan ini menjelaskan bahwa seorang individu yang biasanya adalah pemimpin merupakan fokus perhatian. Pada jaringan ini juga dijelaskan bahwa pemimpin berhubungan dan melakukan komunikasi kepada para anggota kelompok, namun dari anggota kelompok sendiri hanya dapat berkomunikasi pada pemimpin.

b. Jaringan Rantai

Jaringan ini menjelaskan bahwa penerima maupun pengirim pesan hanya dilakukan dalam satu arah maupun dua arah, baik kebawah maupun keatas.

c. Jaringan Y

Terdapat sejumlah tiga orang anggota yang berhubungan dengan yang lainnya, namun dua pihak lainnya hanya dapat melakukan komunikasi terbatas kepada individu lainnya.

d. Jaringan Lingkaran

Jaringan ini menjelaskan bahwa komunikasi terjadi hanya terjalin antar dua pihak saja, disebelah kanan dan sebelah kirinya. Jaringan ini tidak terdapat pemimpin.

e. Jaringan Bintang

Pada jaringan bintang, semua anggota dapat melakukan komunikasi dan berinteraksi satu sama lainnya. Sehingga jaringan ini tida memiliki pemimpin.

Pola-pola komunikasi yang dijabarkan dalam beberapa poin mengenai jaringan-jaringan diatas kemudian akan dikaitkan dengan beberapa konseptualisasi komunikasi di bawah ini.

Terdapat tiga konseptualisasi komunikasi yang dijabarkan dalam buku Mulyana (2007, h.67). Komunikasi manusia dipahami sebagai pengisyaratan mengenai penyampaian pesan yang searah dari seorang individu atau suatu lembaga kepada individu lainnya bahkan sekelompok orang lain, yang dilakukan secara langsung (tatap muka) maupun melalui media. Melalui hal ini, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi mengisyaratkan sebagai kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang guna memberikan rangsangan guna mendapatkan atau memunculkan respon dari orang lain.

Poin kedua dari konseptualisasi komunikasi membahas mengenai komunikasi sebagai interaksi. Interaksi dalam arti sempit memiliki arti saling mempengaruhi. Pada poin ini ingin memperlihatkan pandangan komunikasi yang merupakan interaksi yang menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya terjadi pergantian. Terdapat dua belah pihak yang

melakukan interaksi. Salah satunya menjadi pengirim pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, dan pihak lainnya sebagai penerima pesan dengan melakukan reaksi berupa jawaban verbal maupun nonverbal, dan kembali kepada pihak pertama melakukan reaksi dari respon pihak kedua. Hal tersebut akan berlangsung seterusnya.

Pada poin ketiga yang merupakan poin terakhir dari konseptualisasi adalah tentang komunikasi sebagai transaksi. Melalui konteks ini, komunikasi didefinisikan sebagai proses personal karena makna maupun pemahaman yang bersifat pribadi yang didapatkan. Dalam aspek ini juga dijelaskan bahwa komunikasi dapat dianggap sudah berlangsung ketika individu sudah melakukan penafsiran terhadap perilaku orang lain, baik dari segi verbal maupun perilaku nonverbal. Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam proses komunikasi, masing-masing pihak terlibat dalam proses komunikasi melalui semua perilaku yang bersifat komunikatif dan memiliki konten pesan serta adanya proses pertukaran (Mulyana, 2007,h.67-76). Selanjutnya hal yang menjadi pembahasan dalam kerangka teori ini akan dikaitkan dengan teori *Uses and Gratifications.* Peneliti menggunakan teori *Uses and Gratifications* dikarenakan objek penelitian ini adalah mengenai salah satu media alternatif yang dipilih oleh subjek penelitian dalam menyampaikan pesan. Subjek penelitian ini juga memiliki alasan dalam menggunakan media yang dipilih, guna memenuhi suatu kebutuhan dan tujuan tertentu. Hal ini lah yang menjadi sedikit bagian asumsi dari teori *Uses and Gratifications.* Penjelasan tentang teori *Uses and Gratifications* akan dijabarkan pada poin selanjutnya di bawah ini.

5. Uses and Gratifications Theory

Teori *Uses and Gratification* mengemukakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu serta isi tertentu guna menghasilkan kepuasan atau suatu hasil tertentu (West and Turner, 2008, h.101). Terdapat lima asumsi dasar dari *Uses and Gratification,* antara lain adalah:

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
3. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan hal tersebut kepada para peneliti.
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak (West and Turner, 2008, h.104).

Selain lima asumsi dasar mengenai *Uses and Gratification,* terdapat empat kebutuhan yang biasanya dicari oleh khalayak (*audience*) dalam mengkonsumsi media yang akan dijabarkan di bawah ini (www.aber.ac.uk, n.d).

1. Informasi
    a. Khalayak tersebut mencari tahu mengenai situasi yang relevan mengenai wilayah ataupun lingkungan sekitar, pada masyarakat, maupun di dunia.

b. Khalayak mencari saran tentang berbai hal praktis atau opini dalam pengambilan keputusan.
c. Memuaskan rasa keingintahuan akan pengetahuan umum.
d. Sebagai pembelajaran diri.
e. Rasa aman yang didapatkan melalui pengetahuan.

2. Identitas Personal
   a. Menemukan berbagai nilai (*value*) personal.
   b. Menemukan model perilaku.
   c. Mengidentifikasi nilai (*value*) yang lain di dalam media.
   d. Memperoleh wawasan yang lebih dalam pada diri seseorang.
3. Integrasi dan Interaksi Sosial
   a. Diperolehnya pengetahuan mengenai keadaan orang lain atau empati sosial.
   b. Mengidentifikasi orang lain dan memperoleh rasa (*Sense*) memiliki.
   c. Diperolehnya kecakapan dalam interaksi sosial.
   d. Adanya pengganti dalam kehidupan nyata.
   e. Membantu guna melaksanakan peran sosial
   f. Adanya kemungkinan pada seseorang terhubung dengan, keluarga, teman, maupun masyarakat.
4. Hiburan
   a. Pelarian, pengalihan dari masalah
   b. Rileksasi

c. Mengisi waktu luang dengan hal-hal yang disukai

d. Pelepasan emosional

Penelitian yang mengembangkan pemahaman mengenai *Uses and Gratification Theory* dan yang terkait dengan teori dalam penelitian ini, antara lain penelelitian yang dilakukan oleh Citra Ivana Malumbot, yaitu Efektivitas Portal Web Sebagai Pemasaran Sosial (2012). Penelitian ini mengambil objek mengenai portal web www.marinyanyi.com. Penggunaan *Uses and Gratification Theory* dalam penelitian ini menerangkan mengenai pemilihan portal *web* yang merupakan suatu media untuk menyampaikan informasi kepada komunikan, dalam hal ini adalah para guru TK swasta di kota Sleman yang terdiri dari 10 TK.

Penelitian kedua yang mengembangkan pemahaman mengenai *Uses and Gratification Theory* dan yang terkait dengan teori dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Lenny Rosanawati Mustakini, yaitu *Networking In Consumer Created Content-Based* (2012). Peneliti menggunakan teori ini terkait dengan asumsi bahwa media internet memungkinkan audiens untuk tidak hanya memilih media mana yang ingin diakses, tetapi juga yang dapat berpartisipasi. Dalam hal ini, peneliti mengambil objek penelitian pada situs *wesite* yang disponsori oleh *brand* minyak goreng Filma, yaitu sukamasak.com dengan subjek penelitian adalah partisipan situs tersebut yang kemudian disebut dengan Penyuka Masak.

Melalui penjabaran dari *Uses and Gratification Theory* mengenai asumsi-asumsi dan empat kebutuhan yang biasanya dicari oleh khalayak (*audience*) dalam mengkonsumsi media dan beberapa contoh penelitian yang

pernah dilakukan, maka juga dapat dikaitkan dengan sosial media yang akan dijabarkan di bawah ini.

6. Sosial Media

Laswell (2002, h.136) mengemukakan fungsi utama komunikasi dalam masyarakat yaitu pengawasan terhadap lingkunganm hubungan dengan bagian masyarakat dalam merespons lingkungan, dan penyiaran warisan budaya. Wright (1960, dalam McQuail, 2011) mengembangkan skema dasar untuk menggambarkan banyak efek media dan menambahkan hiburan sebagai fungsi media yang keempat. Beberapa fungsi dari media dalam masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Informasi
    a. Menyediakan informasi mengenai peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dunia.
    b. Menunjukkan adanya hubungan kekuatan.
    c. Memberikan sarana bagi inovasi, adaptasi, dan pertumbuhan.
2. Korelasi
    a. Menjelaskan, menafsirkan, dan memberikan komentar atas makna peristiwa dan informasi.
    b. Menyediakan dukungan untuk kekuasaan dan norma yang mapan
    c. Sosialisasi.
    d. Mengukur aktivitas yang terpisah.
    e. Membangun konsensus.

f. Mengatur tatanan prioritas dan melambangkan status relatif.

3. Keberlanjutan
   a. Mengekspresikan budaya dominan dan memahami perkembangan kultur dan subkultur yang baru.
   b. Mendorong dan memelihara kesamaan nilai
4. Hiburan
   a. Menyediakan kesenangan, pengalihan, dan sebagai alat relaksasi.
   b. Mengurangi tekanan sosial.
5. Mobilisasi
   a. Mengampanyekan tujuan sosial di ranah politik, perang, perkembangan ekonomi, pekerjaan, dan terkadang agama (McQuail,2011,h.107-108).

Demikianlah penjabaran beberapa hal mengenai kerangka teori di atas. Selanjutnya, peneliti akan menjabarkan mengenai kerangka konsep yang akan dituliskan pada poin selanjutnya.

F. Kerangka Konsep

Komunikator atau pengirim pesan dalam penelitian ini adalah mahasiswa atau pemuda yang dikategorikan sebagai kelompok umur antara 19-24 tahun. Mahasiswa melakukan komunikasi dan berinteraksi melalui media yang dipilih karena dilandasi oleh empat kebutuhan, antara lain sebagai sarana informasi, identitas personal, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Penelitian ini melihat bahwa komunikator juga dapat menjadi komunikan atau penerima pesan

dan dalam proses ini terdapat dua belah pihak yang masing-masingnya dapat menjadi komunikator maupun komunikan. Komunikator maupun komunikan dalam penelitian ini disebut dengan pengguna sosial media Path. Media yang digunakan dalam topik penelitian ini adalah media sosial Path. Media sosial Path berperan sebagai saluran untuk menyampaikan dan menerima pesan bagi para penggunanya. Namun, dalam proses komunikasi ini dapat ditemukan gangguan (*interfence*) atau kegaduhan (*noise*) yang terkait dengan pesan verbal maupun non verbal dalam saluran media sosial Path.

Path memungkinkan para penggunanya untuk berbagi foto serta pesan kepada pengguna lainnya. Aplikasi ini memiliki sedikit perbedaan dibandingkan aplikasi media sosial lainnya, yaitu ketika satu akun Path seseorang sudah berteman atau disetujui dengan akun Path seseorang lainnya, maka kedua akun ini bisa saling mengakses *profile* keduanya, namun ketika akun Path seseorang dengan lainnya belum berteman atau belum disetujui, maka akun Path seseorang tidak dapat mengakses. Sehingga privasi masih dapat dijaga dalam penggunaan Path oleh para penggunanya. Jumlah pertemanan yang ada pada media sosial ini berbeda dengan sosial media lainnya. Path membatasi jumlah pertemanan yang hanya berjumlah 150 orang. Hal ini berdasarkan atas penelitian yang dilakukan oleh seorang Profesor yang bernama Robin Dunbar dari Oxford University (inet.detik.com, 2014). Penelitiannya mengemukakan jumlah rata-rata hubungan yang dipercaya manusia sepanjang hidupnya. Penjabaran mengenai hal itu antara lain menurut Profesor Dunbar adalah bahwa manusia pada dasarnya mempunyai 5 sahabat, 15 teman baik, 50 teman dekat termasuk keluarga yang sebenarnya

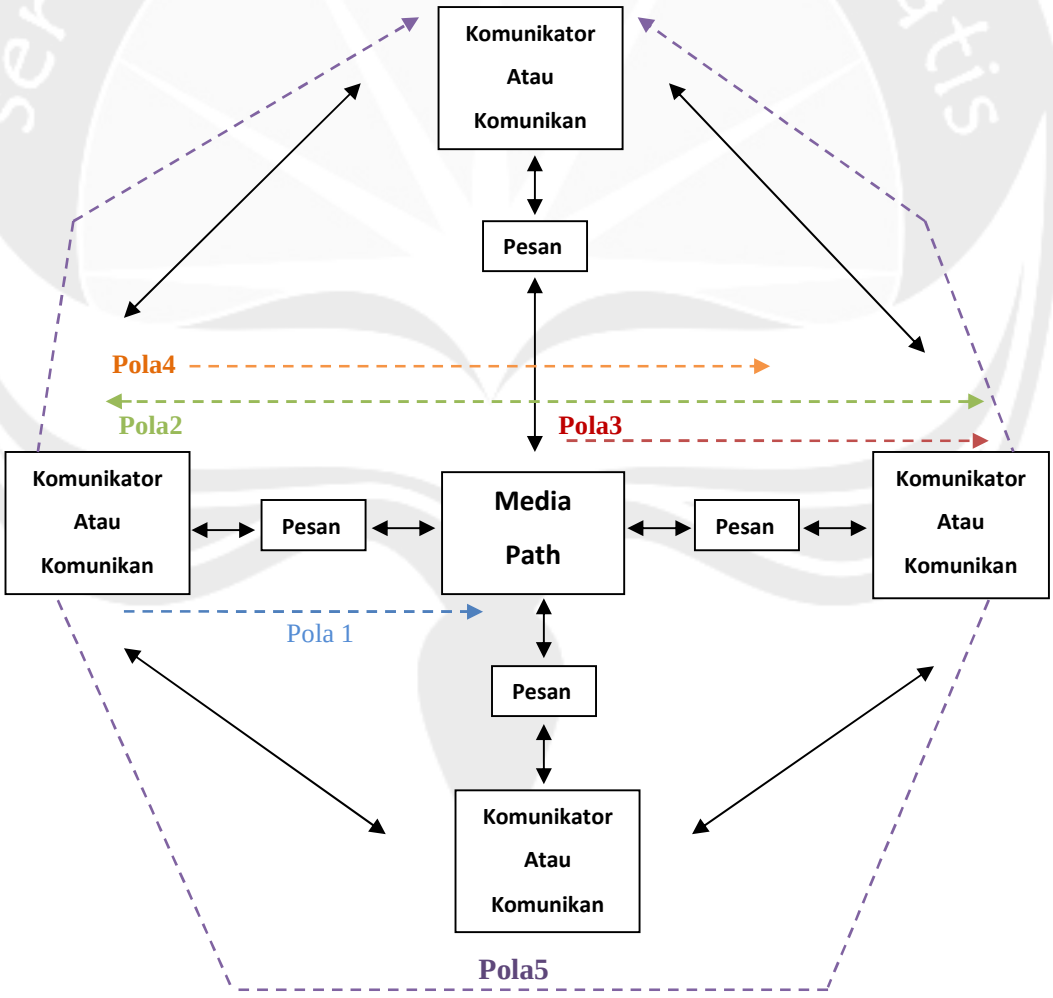
jumlahnya tidak melebihi 150 orang (inet.detik.com, 2014). Namun seiring waktu, Path mengalami perekembangan yaitu dari segi jumlah penggunanya, yaitu dari batas 150 menjadi 500 orang. Sejauh informasi yang diperoleh peneliti yaitu dari *website* www.tribunnews.com (2014) menjelaskan bahwa Path sedang melakukan uji coba penambahan jumlah teman pengguna yang sudah dapat dilakukan pada bulan April 2014. Beberapa fitur yang tersedia dalam aplikasi Path antara lain adalah pengguna dapat membuat *profile*-nya sendiri, mengunggah foto maupun video, mengunggah lokasi dimana pengguna saat itu berada, meng-*update* status serta komentar, berbagi film, musik, serta buku kepada pengguna lainnya, Path juga menyediakan tombol tidur, dimana ketika tombol tersebut diaktifkan, maka pengguna tidak dapat mengakses halamannya, dan yang terakhir adalah kemudahan para penggunanya untuk saling mengirimkan pesan kepada pengguna Path lainnya.

Media sosial Path tersebut juga akan dikaitkan terhadap bentuk komunikasi massa, dimana proses penyampaiannya melalui media massa yang ditujukan kepada khalayak (*audience*) yang bervariasi. Nantinya, melalui media juga dikaitkan dengan fungsinya dalam masyarakat, yaitu sebagai sarana informasi, korelasi, keberlanjutan, hiburan, serta mobilisasi. Proses komunikasi tersebut akan terjalin pola sosial yang berawal dari keluarga, kelompok bermain, kelompok belajar, dunia kerja, hingga masyarakat luas.

Media sosial Path akan dilihat dari berbagai pola komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan melalui berbagai jaringan. Peneliti mengasumsikan pola yang berlaku pada media sosial Path adalah jaringan

bintang. Semua pengguna Path yang telah berteman dapat berkomunikasi satu sama lainnya dengan bebas.

Kemudian dari penggabungan beberapa hal yang diuraikan di atas, maka penelitian ini nantinya akan diasumsikan berujung pada sebuah pola atau jaringan komunikasi yang dijelaskan oleh Devito (199: 344) yaitu, "Saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain". Kemudian terdapat penggambaran bagan *mind map* Pola Komunikasi yang digambarkan pada gambar 4 berikut:



Gambar 4. *Mind Map* Pola Komunikasi

Bagan yang digambarkan ingin menjelaskan bahwa pola komunikasi berawal dari komunikator yang sekaligus juga berperan sebagai komunikan. Pada dasarnya, komunikator yang juga bertindak sebagai komunikan ini akan menyampaikan pesan yang ia pikirkan atau informasikan melalui media Path. Beberapa peserta atau pengguna Path lainnya yang sudah berteman satu sama lainnya, akan melihat hal yang di-*posting* melalui Path dan sekaligus juga dapat merespon pesan yang di-*posting* oleh temannya di media Path.

Namun pesan yang disampaikan melalui media Path oleh para penggunanya tak hanya berhenti sampai disitu. Pesan yang disampaikan, misalkan saja foto yang diunggah ke media Path juga dapat menjadi topik perbincangan atau pembahasan di dunia nyata ketika para komunikator sekaligus komunikan ini bertemu dan bertatap muka.

Berikutnya peneliti akan menjelaskan mengenai beberapa jenis pola yang digambarkan pada *mind map* Pola Komunikasi dari gambar 4 yang berdasar dari asumsi peneliti:

a. Pola 1:

   Pada pola ini menjabarkan proses komunikasi yang berasal dari komunikator yang menyampaikan pesan melalui media Path. Namun pada pola ini komunikan belum berlaku karena belum ada timbal balik dari komunikator lainnya. Sehingga dapat dikatakan pada pola ini hanya terbatas pada pihak yang menjadi komunikator saja.

b. Pola 2:

Pada pola ini menjabarkan proses komunikasi yang berasal dari komunikator atau komunikan kemudian menyampaikan pesan melalui media path. Kemudian komunikator atau komunikannya juga melakukan hal yang sama. Hal ini memperlihatkan kedua belah pihak yang sama-sama komunikator juga sekaligus dapat menjadi komunikan untuk sama-sama menyampaikan pesan dan menerima pesan dan terjadi pertukaran informasi. Sehingga kedua belah pihak saling berinteraksi melalui media Path.

c. Pola 3:

Pola ini menjabarkan media Path menyampaikan pesan kepada komunikan. Melalui informasi yang disampaikan dari Path mengenai fitur-fitur yang ada di dalamnya, para pengguna mengetahui apa saja yang menjadi informasi yang disampaikan oleh media Path.

d. Pola 4:

Pola keempat menjabarkan proses komunikasi yang berawal dari komunikator yang menyampaikan pesannya melalui media Path, dan kemudian melihat pesan atau informasi yang disampaikan oleh pengguna lainnya, namun hal tersebut hanya sebatas melihat, membaca, dan mengetahui pesan atau informasi tersebut. Pada bagian ini komunikator juga sekaligus berperan sebagai komunikan.

e. Pola 5:

Pola kelima melihat bahwa dari proses komunikasi yang dijalankan komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi melalui media Path, hingga sampai ke pengguna lainnya untuk direspon kembali tak hanya berhenti sampai disitu. Ketika terjadi pertemuan secara langsung atau tatap muka antara komunikator dan komunikan yang sama-sama pengguna Path dan mereka sudah menjalin pertemanan melalui media tersebut, juga akan kembali melakukan pembahasan mengenai pesan atau informasi yang telah disampaikan melalui media Path.

Demikian penjabaran mengenai kerangka konsep yang telah dijabarkan dari poin-poin pada halaman sebelumnya. Selanjutnya akan dijabarkan juga mengenai metode penelitian yang tertera di bawah ini.

G. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi yang telah dirancang sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini berdasarkan pada data yang dikumpulkan, seperti kata-kata, gambar, dan bukan berupa angka-angka yang dimungkinkan berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, serta dokumen resmi yang lain. Pada akhirnya, laporan penelitian nantinya

akan berupa berbagai kutipan data dalam penyajiannya (Moleong, 2010,h.11).

2. Metode penelitian yang akan digunakan adalah *Focus Group Discussion* (FGD). FGD didefinisikan oleh Smith (1954) sebagai hal yang membatasi pada situasi dimana kelompok yang dibangun cukup kecil guna membangun diskusi yang pantas di aantara sesama anggotanya. Selain itu hal ini juga dijelaskan oleh pihak lain, yaitu Glesne & Peshkin (1982). Mereka menyampaikan manfaat wawancara yang berjumlah lebih dari satu orang akan memberikan manfaat (Moleong, 2010,h.226-227). FGD dalam buku Teknik Praktis Riset Komunikasi didefinisikan sebagai metode untuk mengumpulkan data maupun riset guna memahami sikap maupun perilaku masyarakat atau yang sering disebut khalayak (Krisyantono, 2007, h.116).

   Beberapa manfaat atau kelebihan dari FGD menurut Stewart dan Shamdasani (1990) antara lain adalah sebagai berikut:

   a. Dapat diperolehnya latar belakang informasi secara umum mengenai topik yang diangkat
   b. Proses pengumpulan hipotesis penelitian yang dapat diberikan kepada penelitian-penelitian yang lain melalui pendekatan yang lebih kuantitatif

c. Adanya gagasan baru serta kekreatifan konsep
d. Diagnosis terhadap permasalahan dalam program baru, pelayanan, maupun produk
e. Membangkitkan kesan terhadap program, produk, pelayanan, lembaga, maupun bidang perhatian lain
f. Mempelajari mengenai proses dimana para responden berbicara mengenai fenomena yang diperhatikan yang dapat memfasilitasi mengenai instrumen penelitian kuantitatif;
g. Proses interpretasi hasil penelitian kualitatif yang sebelumnya (Moleong, 2010, h.228).

3. Teknik Pengumpulan Data:

Proses FGD dilakukan dengan cara mengumpulkan beberapa orang, berkisar 3-6 orang untuk diadakan diskusi bersama mengenai topik yang diangkat oleh peneliti. Diskusi tersebut nantinya akan dipandu oleh moderator yang membantu peneliti dalam proses FGD. Hal yang merupakan pendukung dari FGD nantinya adalah alat perekam, seperti *handycam*, *recorder,*dan kamera yang berguna sebagai alat dokumentasi selama FGD berlangsung (Krisyantono, 2007, h.117).

Proses FGD yang dilakukan akan diawali oleh moderator yang menjadi perantara peserta diskusi. Ini dilakukan agar diskusi dapat berjalan dengan teratur serta fokus pada topik yang

dibahas dari awal dan pada akhirnya hasil diskusi dapat tercapai. Ketika proses diskusi dimulai, moderator berfungsi sebagai pengontrol proses diskusi. Artinya, moderator bertugas menjaga proses diskusi yang berlangsung agar terjadi keseimbangan keaktifan antara para peserta diskusi. Walaupun hal dominasi tersebut sangat memungkinkan terjadi dan menjadikan kendala, namun dengan adanya moderator tersebut sangat membantu mereduksi ketidakseimbangan keaktifan pada peserta diskusi (Flick, 2002, h.116)

Penelitian kali ini, peneliti menggunakan informan yang adalah Pemuda atau mahasiswa. Informan yang dipilih adalah merupakan pemuda atau mahasiwa pengguna sosial media Path .Proses FGD yang dilakukan adalah berdasarkan atas panduan transkrip yang mencantumkan pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian yang dilaksanakan, agar proses FGD dapat tetap berfokus pada aspek-aspek relevan yang akan dibahas.

4. Objek Penelitian: Pemuda atau Mahasiswa

   Menurut UNESCO**,** pemuda didefinisikan sebagai masa peralihan dari anak-anak menuju masa dewasa. Hal tersebut terkait dengan proses mandiri dan kesadaran adanya proses ketergantungan seseorang sebagai bagian dalam masyarakat. Melalui usia merupakan cara temudah untuk mengkategorikan

kelompok ini, seperti melihat keterkaitannya dengan pendidikan serta pekerjaan (n.d).

Statistik dari PBB ini mengkategorikan pemuda melalui kategori orang berumur 15-24 tahun, tanpa ada pengurangan kategorisasi oleh negara-negara anggota dengan melihat pada statistik yang diterbitkan sistem PBB mengenai kependudukan, pendidikan, pekerjaan, serta kesehatan. Namun, hal tersebut juga bersifat fleksibel, dimana ketika terdapat suatu kegiatan di tingkat nasional, yaitu kegiatan kepemudaan, pemuda juga dapat dikategorikan sebagai pihak atau orang-orang yang memiliki rentang usia antara 15-35 tahun (www.unesco.org, n.d).

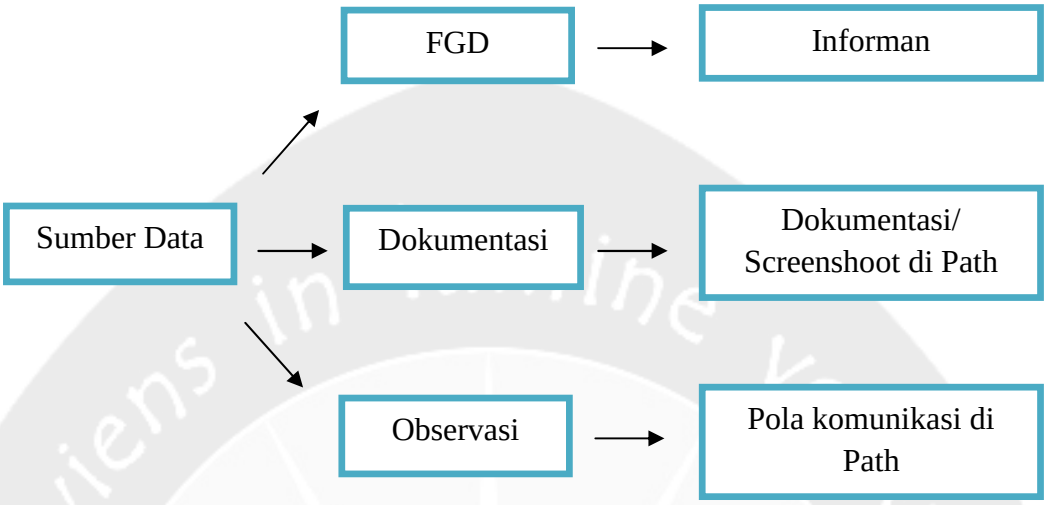
Objek dalam penelitian ini peneliti memilih para pemuda yang difokuskan pada mahasiswa dalam pembahasan. Mahasiswa merupakan pihak yang aktif tak hanya dalam kegiatan intern kampus saja, melainkan juga diluar itu. Mahasiswa melakukan aktivitas secara *mobile,* artinya selalu bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya untuk menunjang aktivitasnya untuk menggunakan sosial media Path untuk mengunggah hal yang terkait posisi dimana keberadaannya dan apa yang sedang dilakukan.

5. Teknik Analisis Data

   a. Reduksi Data: (a) Identifikasi satuan. Proses identifikasi adanya satuan yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian. (b) Pembuatan koding. Proses pemberian kode pada tiap ‘satuan’, agar diketahui asal atau sumber dari data yang didapatkan (Moleong, 2010,h.288).

   b. Triangulasi data: Teknik pemeriksaan kesahihan data yang menggunakan sesuatu yang lain. Triangulasi dibagi menjadi empat jenis menurut Denzim (1978), yaitu sumber, metode, penyidik, serta teori. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi melalui sumber. Hal yang dilakukan adalah melakukan perbandingan data dari beberapa informan atau narasumber dalam proses penelitian yang nantinya berupa FGD. Perbandingan tersebut nantinya akan ditemukan berbagai informasi dan akan diolah datanya dari segi pandang yang kemungkinan akan diperoleh secara variatif mengenai pola komunikasi para pengguna Path khususnya pada para mahasiswa yang menjadi narasumber peneliti. Penjabaran tentang triangulasi tersebut dapat dilihat pada gambar 5.

Gambar 5. Triangulasi Sumber



6. Matriks Penelitian

Tabel 1. Matriks Penelitian

No	Teori	Komponen	Pertanyaan	
1.	Model Komunikasi Tubbs & Path	Komunikator	1. Sejauh mana anda mengetahui tentang media sosial Path? 2. Sejak kapan anda menggunakan Path?	P O L A 3
		Pesan	1. Status apa yang biasa anda pasang di Path? 2. Berapa kali dalam sehari anda memasang status di Path? 3. Bagaimana pesan	P O L

			yang anda sampaikan melalui Path agar dapat diterima dan dipahami oleh pengguna lain di Path?	A 1
		Gangguan	1. Apa saja yang menjadi kendala atau gangguan yang anda temukan dalam penggunaan dan proses komunikasi di Path? 2. Alternatif apa yang anda lakukan untuk mereduksi atau mengurangi gangguan tersebut?	
2.	Fungsi Komunikasi	Hiburan	1. Hal apa saja yang diperoleh dari penggunaan Path yang merupakan hiburan bagi anda? 2. Apa yang anda rasakan ketika anda memperoleh penghiburan melalui Path?	
		Ekspresif	1. Apa saja yang anda lakukan	

			melalui Path ketika anda ingin menyampaikan pemikiran dan perasaan yang sedang anda alami? 2. Bagaimana pemikiran dan perasaan anda ketika anda menyampaikan hal yang sedang anda alami melalui Path? 3. Apa yang anda harapkan ketika setelah menyampaikan pemikiran dan perasaan yang anda alami melalui Path?	
		Instrumental	1. Hal apa yang anda lakukan ketika ingin menyampaikan sesuatu untuk menginformasikan,mendorong, mengubah sikap dan keyakinan serta mengubah perilaku, dan menghibur melalui Path?	
3.	Pola	Jaringan	1. Adakah orang	

	Komunikasi	Roda	yang menjadi fokus perhatian anda disetiap anda menggunakan Path? 2. Apabila ada, siapakah orang tersebut yang menjadi fokus perhatian anda? 3. Mengapa anda menjadikan orang tersebut sebagai fokus perhatian dalam penggunaan Path?	
		Jaringan Rantai	1. Apakah anda melakukan *feedback* atau respon terhadap apa yang anda *posting* melalui Path? 2. Kapan anda melakukan *feedback* atau respon terhadap apa yang anda *posting* melalui Path?	P O L A 2
		Jaringan Y	1. Pesan seperti apa yang disampaikan melalui fasilitas *chatting* di Path?	

			2. Mengapa anda menggunakan pesan *chatting* pada Path?	
		Jaringan Lingkaran Jaringan Bintang	1. Siapa sajakah yang biasa anda ajak berinteraksi melalui Path? 2. Seberapa sering anda berinteraksi dengan orang-orang tersebut melalui Path?	
4.	Bentuk-Bentuk Komunikasi	Intrapribadi	1. Apa yang melatarbelakangi anda mencantumkan status tertentu di Path?	P O L A 5
		Antarpribadi	1. Topik apa saja yang biasa anda perbincangkan bersama teman terdekat di Path?	
		Kelompok Publik Organisasi Massa	1. Apa topik pembahasan anda bersama kelompok anda ketika sedang bertemu langsung mengenai informasi atau isu yang ada di Path? 2. Di mana biasanya	

			anda bersama kelompok berkumpul untuk membahas mengenai informasi atau isu yang ada di Path tersebut?	
5.	*Uses & Gratifications* & Sosial Media	Tujuan	1. Apakah tujuan anda menggunakan Path?	
		Kepuasan	1. Hal apa sajakah yang anda temukan di Path yang merupakan hal yang menunjang kepuasan anda?	
		Nilai Isi	1. Apa saja kah nilai-nilai (*value*) yang terkandung dalam penggunaan Path bagi anda?	
		Informasi	1. Informasi mengenai apa saja yang anda dapatkan melalui Path? 2. Apakah informasi tersebut relevan dengan apa yang terjadi pada lingkungan sekitar,	P O L

			masyarakat, atau bahkan di dunia?	A
		Korelasi	1. Bagaimana respon yang anda sampaikan untuk menanggapi komentar mengenai *posting*-an anda melalui Path?	4
		Mobilisasi	1. Apakah anda pernah mengangkat topik dan membahas mengenai sosial di ranah politik, perang, perkembangan ekonomi, pekerjaan, maupun agama melalui status di Path? 2. Bagaimana pendapat anda terhadap rekan maupun kerabat anda yang di Path ketika mereka mengangkat topik dan membahas mengenai sosial di ranah politik, perang, perkembangan	

			ekonomi, pekerjaan, maupun agama melalui status di Path?	
		Identitas Personal	1. Apa saja model perilaku yang anda temui dari pengguna Path lainnya ketika mereka di dalam Path? 2. Nilai atau *value* apa yang dapat anda jadikan contoh dari pengguna lain di Path?	
		Integrasi dan Interaksi Sosial	1.Apakah anda mengetahui dengan pasti perilaku seseorang atau beberapa orang tersebut ketika di dalam Path dan di kehidupan kesehariannya? 2.Apakah perbedaan perilaku mereka ketika di media sosial dengan perilaku dikehidupan nyata?	
6.	Pemuda dan		1. Berapa jumlah teman anda yang	

	Mahasiswa		ada di Path? 2. Apakah ada teman-teman anda di Path yang bukan dari kalangan mahasiswa? 3. Jika ada, apa latarbelakang pendidikan atau pekerjaan mereka? 4. Berapa perbandingan jumlah teman anda yang adalah mahasiswa dan bukan mahasiswa?	