

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Jejaring Sosial Line

Line adalah sebuah aplikasi gratis yang memungkinkan untuk mengirim pesan teks, pesan suara, panggilan suara, mengirimkan gambar, video dan lain-lain, jika kita terhubung dengan internet. Line bisa beroperasi pada bagian *platform* seperti tablet, *smartphone* maupun *notebook* atau komputer. Namun Line lebih populer pada *smartphone* *Android*, *Apple*, dan *Blackberry* (<http://line.me/en/>).

Jejaring sosial Line merupakan salah satu aplikasi *chatting* yang sedang populer di dunia, sejak berdiri pada bulan maret 2011 line *chat* sudah mempunyai 300 juta pengguna diseluruh dunia dan 14 juta pengguna aktif di Indonesia. Line chat dikenal dengan keunikan menggunakan *emoticon* yang inovatif yang dikenal dengan Stiker, selain itu menawarkan fitur-fitur lain didalamnya seperti *line games*, *line camera*, *line shopping* dan lain-lain (<http://line.me/en/>).

Gambar 11.
Logo Line



Sumber: (<http://line.me/en/>)

2. Sejarah Perusahaan

Sejarah berdirinya Line dimulai ketika gempa besar yang diikuti tsunami di Jepang pada 2011. Saat itu, karyawan NHN, perusahaan pemilik Line, terpaksa harus berhubungan melalui internet satu sama lain. Oleh karena peristiwa tersebut NHN terinspirasi membangun aplikasi yang mampu melayani berbagai kebutuhan konsumen dalam satu platform.

Line adalah aplikasi *messaging* yang dibuat oleh perusahaan NHN Corporation asal Korea Selatan. NHN Corporation juga mengoperasikan Naver, mesin pencari online terbesar di Korea Selatan. Line diluncurkan pada 23 Juni 2011 oleh NHN cabang Jepang setelah terjadinya gempa bumi di Jepang. NHN Jepang menyadari kerusakan besar di sistem komunikasi dan menemukan bahwa layanan data akan bekerja lebih efisien.

NHN memutuskan membuat aplikasi yang bisa diakses melalui *smartphone*, *tablet* dan *desktop* untuk melakukan *instant messaging* secara gratis. Nama Line terinspirasi dari antrian banyak orang di telepon publik

setelah gempa terjadi. Line sangat diminati dan berkembang pesat. Bahkan pada Oktober 2011, layanan ini sempat mengalami overload dan terganggu karena banyaknya pengguna.

Tentang *LINE PLUS LINE PLUS*, inovator *mobile platform* terdepan di dunia, adalah sebuah perusahaan patungan antara *NHN Corporation* dan *NHN Japan* pada 1 Maret 2013. Sebagai penyedia *smartphone life platform global*, LINE Plus melayani LINE dan jajaran aplikasinya secara bersamaan membawa inovasi pada *mobile messaging tool* dan gaya hidup berkomunikasi yang baru. LINE Plus dibuat untuk menjawab perubahan cepat pada pasar *mobile messenger* dan memperkuat bisnis global berdasarkan keahlian di industri pada perusahaan induknya yang melengkapi jajaran lengkap layanan *online*-nya yang nyaman dan inovatif bersamaan dengan struktur pembuatan keputusan secara optimal, sistem kepegawaian dan budaya organisasi.

LINE Plus berlokasi di Seoul, KoreaLine mengizinkan penggunanya untuk berkirim pesan dan panggilan melalui *smartphone* mereka. Line menggunakan medium internet yang telah ada jadi panggilan dan pesan melalui Line tidak ditarik biaya. Untuk membedakan dirinya dari aplikasi komunikasi yang lain Line menawarkan game, aplikasi kamera dan platform *social media* miliknya sendiri. Bahkan *platform social media* Line sendiri juga memiliki *timeline* dan *homepage*, mirip dengan Facebook.

Aplikasi Line tersedia pada platform iOS dan Android (Prihastian, 2012 diakses dari <http://www.merdeka.com/teknologi/line-aplikasi-social-media-multifungsi-terilhami-tsunami-jepang.html>). Aplikasi Line merupakan salah satu bentuk *instant messaging* (IM). Aplikasi LINE menggunakan sistem nomor telepon seluler penggunaanya sebagai basis untuk saling berhubungan. Aplikasi Line saat ini tersedia untuk *gadget* yang memiliki sistem operasional iOS dan Android. Aplikasi Line dapat diunduh secara gratis di [App Store](#) dan [Google Play](#).

Aplikasi Line berbeda dari aplikasi IM lainnya, karena ada *emoticon* yang bervariasi. Ada Emosi yang menggambarkan kepala dengan bermacam ekspresi, lalu *Emoticons* berupa susunan karakter teks yang juga membentuk ekspresi, serta ada Stickers. Stickers ini yang cukup unik untuk Line, karena gambar ikonnya lucu-lucu, berukuran besar dan lebih ekspresif (Panji, 2012 diakses <http://tekno.kompas.com>).

3. Fitur-Fitur LINE

Fitur-fitur yang ditawarkan Line agar bisa bersaing dengan beragam aplikasi messenger lainnya adalah sebagai berikut :

(<http://line.me/en/>)

a. *Free Call* (Panggilan Gratis)

Panggilan gratis via internet jika terjangkau jaringan 3G atau melalui jaringan WIFI fitur ini akan sangat bermanfaat dan sangat berfungsi, panggilan gratis kesemua Negara dan daerah yang memiliki koneksi internet.

b. Stiker

emoticon yang dikenal sebagai stiker yang menggambarkan kepala dengan bermacam ekspresi, lalu *Emoticons* berupa susunan karakter teks yang juga membentuk ekspresi, yang unik karena gambar ikonnya lucu-lucu, berukuran besar dan lebih ekspresif. sebuah fitur inovatif dan sangat menarik, karena selain emoji dan emoticon, di Line kita juga bisa bertukar sticker lucu-lucu, bahkan untuk saling “mengejek”.

c. *QR Code & Shake It!*

Selain ID, kita juga bisa menambah atau menemukan kontak teman melalui QR code, dan ada fitur yang benar-benar baru ditelinga saya, yaitu “Shake It!” suatu cara untuk menambah atau menemukan teman hanya dengan mengoyangkan ponsel berbarengan, kedua ponsel yang digoyangkan itu akan terhubung menggunakan GPS.

d. *Custumble wallpaper*

Aplikasi ini memberi kemudahan untuk bisa mengubah *wallpaper* di dinding chat sesuai selera, dan sekarang line juga menyediakan tema yang diangkat dari *Icon line* yaitu *Brown* dan *Connie*

e. *Line Games*

Selain menawarkan aplikasi *chatting* line juga menawarkan *Line Games*, dimana pengguna *Line Chat* dapat mengunduh

games melalui *Line Chat*. Aplikasi Line game antara lain *line bubble*, *pokopang*, *line play* dan lain-lain.

B. Kampanye WWF menggunakan aplikasi Line

1. World Wide Fund For Nature (WWF) Indonesia

WWF Indonesia merupakan organisasi konservasi alam terbesar di Indonesia dan telah memulai kegiatannya sejak tahun 1962. Telah berbadan hukum Yayasan sejak tahun 1998, saat ini, WWF-Indonesia bekerja di 28 kantor wilayah dari Aceh hingga Papua dan didukung oleh lebih dari 400 karyawan. Sejak tahun 2006, WWF Indonesia mendapatkan dukungan lebih dari 54,000 supporter yang tersebar di seluruh penjuru Nusantara. WWF merupakan sebuah organisasi non-pemerintah, organisasi internasional yang menangani masalah-masalah tentang konservasi, penelitian dan restorasi lingkungan.

2. Kerjasama WWF dan LINE

Kerjasama WWF dan Line adalah pemanfaatan Line sebagai media untuk berkampanye. *Line chat* memiliki *emoticon* yang dikenal sebagai stiker yang menggambarkan kepala dengan bermacam ekspresi, lalu *Emoticons* berupa susunan karakter teks yang juga membentuk ekspresi, yang unik karena gambar ikonnya lucu-lucu, berukuran besar dan lebih ekspresif.

Kerjasama WWF dan LINE *Corporation* menjalin untuk pertama kalinya pada 22 April 2013, bertepatan dengan Hari Bumi. Saat itu,

meluncurkan kampanye stiker bertema “Save The Orang Utan” dan akun resmi WWF Indonesia dalam aplikasi LINE. Dalam waktu tiga bulan, stiker berhasil diunduh sebanyak lebih dari 500.000 kali dan LINE berhasil mengumpulkan donasi sebesar Rp 750.000.000 kepada WWF-Indonesia untuk upaya konservasi alam di Indonesia.

Pada bulan Maret 2014 Line chat berkerjasama kembali dengan *World Wide Fund For Nature* (WWF) meluncurkan sebuah seri stiker baru dengan karakter harimau, Tiggy Tiger. Seri stiker ini terdiri dari 48 karakter “Tiggy Tiger” yang mengekspresikan beragam perilaku gaya hidup hijau, seperti mendaur ulang sampah, menggunakan kertas di dua sisinya, dan menghemat energy. (www.wwf.or.id).

Tiggy Tiger adalah gambaran harimau Sumatera (*Panthera tigris sumatrae*) merupakan satwa endemik Indonesia yang populasinya saat ini tersebar dalam populasi kecil di Sumatera. Populasi yang tersisa di habitat alaminya diestimasikan 400 ekor dan jumlahnya akan terus berkurang apabila kerusakan hutan Sumatera terus berlanjut. Harimau Sumatera termasuk dalam klasifikasi satwa kritis yang terancam punah (*critically endangered*) dalam daftar merah spesies terancam yang dirilis lembaga konservasi dunia.

Tiggy Tiger merupakan stiker yang dapat diunduh dalam aplikasi LINE. *Tiggy Tiger* mengajak setiap individu untuk menjadi konsumen bertanggung jawab melalui aksi gaya hidup hijau yang disampaikannya. Cara mengunduh stiker *Tiggy Tiger* dapat dilakukan dalam dua cara,

secara gratis dan berbayar. Stiker gratis menampilkan *Tiggy* dalam 8 karakter dimana setiap penggunaan stiker dalam komunikasi antar pengguna aplikasi LINE akan didonasikan Rp. 100,00 oleh LINE untuk WWF Indonesia.

Stiker berbayar menampilkan *Tiggy* dalam 40 karakter. Stiker berbayar, seratus persen hasil penjualan stiker *TIGGY TIGER* akan didonasikan oleh LINE untuk mendukung program konservasi WWF Indonesia. Untuk pertama kalinya stiker konservasi WWF-LINE bisa diunduh di luar Indonesia, yaitu Singapura dan Malaysia.

Stiker *Tiggy Tiger* dapat diunduh melalui *Sticker Shop* dalam aplikasi LINE. Delapan stiker *Tiggy Tiger* yang gratis sudah tersedia untuk publik sejak 25 Februari 2014, sementara untuk 40 stiker *Tiggy Tiger* berbayar dapat diunduh melalui aplikasi LINE di *Android* mulai 2 Maret 2014, yang akan diikuti oleh *Apple* (iPhone). Khusus pengguna Telkomsel, 40 stiker *Tiggy Tiger* berbayar dapat diunduh dengan menggunakan pulsa.

Adapun contoh Stiker “Tiggy Tiger” pada line

Gambar 12
Stiker “Tiggy Tiger”



Sumber: www.wwf.or.id

Stiker *Tiggy Tiger* yang digunakan di atas memperagakan sejumlah perilaku gaya hidup hijau yang sederhana, yang disebut ‘*Earth Hour Action*’. Hal tersebut berkaitan dengan slogan dari *Earth Hour* tahun ini, yakni ‘*Use Your Power*’ yang mendorong masyarakat untuk melestarikan alam lewat gaya hidup hijau dan menyebarkannya ke sekitar mereka.

Seluruh pendapatan yang dihasilkan dari seri stiker berbayar *Tiggy Tiger* akan didonasikan untuk kerja konservasi dan pengembangan komunitas WWF di tiga negara (Indonesia, Malaysia, dan Singapura). LINE juga akan mendonasikan Rp 100,- dari tiap stiker gratis yang dikirim penggunaanya bagi kerja konservasi WWF di Indonesia. Hasil dari kolaborasi ini tak sekadar pengumpulan dana bagi konservasi, namun juga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup hijau dan upaya konservasi yang dilakukan WWF-Indonesia, terutama konservasi Harimau Sumatera.