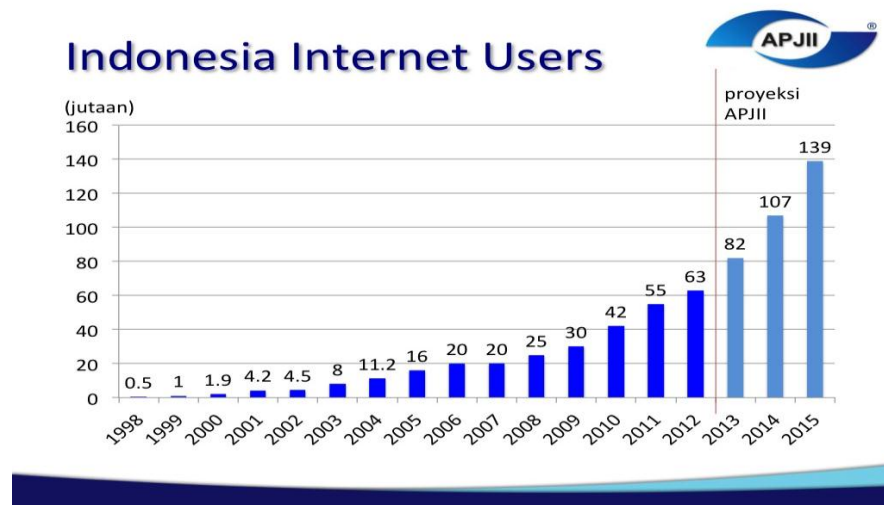


BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Penelitian

Di era sekarang, teknologi sangat erat kaitannya dengan Internet. Perkembangan internet itu sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Tahun 1998 hanya 500 ribu orang yang menggunakan internet, namun dimulai pada tahun 2012 pengguna internet meroket menjadi 63 juta orang. Angka itu bahkan diprediksi akan terus meningkat menjadi 139 juta orang pada tahun 2015. (*Kominfo.go.id*)



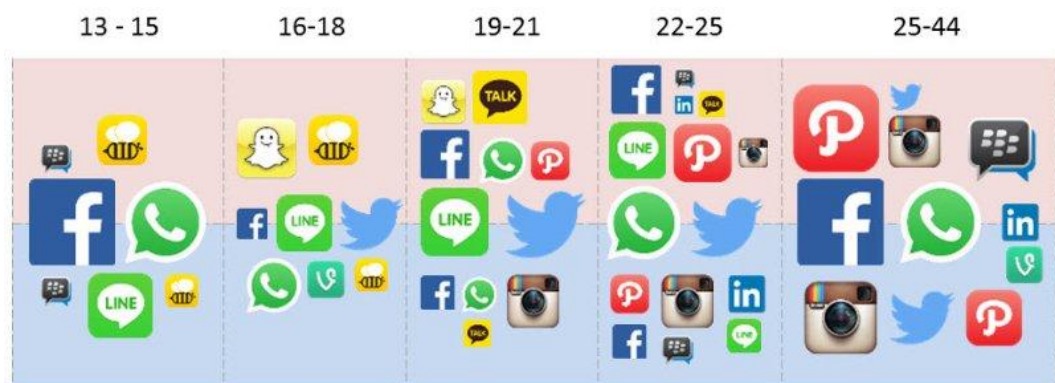
Gambar 1.1 Statistik Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: kominfo.go.id (Di akses pada pukul 09.00 04 September 2015)

Media Sosial yang merupakan *New Media* ini merupakan sarana manusia untuk berkomunikasi antar sesamanya yang terus berkembang dari tahun ke tahun, seiring dengan perkembangan zaman media sosial

dapat kita akses menggunakan *Smartphone* kita di mana saja dan kapan saja. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang menawarkan kemudahan kita dalam mengakses media sosial sehingga membuat gaya hidup kita berubah oleh karena itu media sosial sangatlah berperan dalam perkembangan kehidupan sosial seseorang.

Dilihat dari era *modern* sekarang ini media sosial bukan hanya sekedar media komunikasi namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia khususnya golongan muda atau pelajar dan mahasiswa. Salah satu media sosial yang populer di kalangan mahasiswa saat ini adalah *Snapchat*. Dalam sebuah riset sederhana yang dilakukan oleh *Head of Digital Business Unit Dwi Sapta Group*, Chandra Marsono, mengungkapkan penggunaan sosial media berdasarkan usia masyarakat di Indonesia. Riset yang dilakukan dengan mengkombinasikan kuesioner kualitatif dan kuantitatif menggunakan *platform online* (Survey Monkey dan Google Form) ini berhasil menjangkit sebanyak 3891 responden dari berbagai wilayah di Indonesia (meskipun masih didominasi wilayah Jawa) dengan rentang usia yang berbeda. Secara detail, data responden yang masuk dikelompokkan menjadi lima kategori berdasarkan usia dan jenis kelamin, sebagai berikut:



Gambar 1.2

Pengguna Media Sosial Berdasarkan Umur

Sumber : <https://api.dailysocial.net>

Diakses pada 19.00 5 Desember 2015

Pada rentang usia 13–15 tahun pengguna media sosial cenderung menggunakan media sosial hanya untuk sebatas permainan saja

atau hiburan semata, oleh karena itu media sosial *Facebook* populer di rentang usia 13–15 tahun karena menyediakan beragam permainan yang menyenangkan. Pada rentang usia 16–18 tahun, sudah mulai terjadi perubahan perhatian terhadap informasi yang terdapat di sosial media. Pengguna *Facebook* berkurang pada usia ini, karena remaja di usia ini lebih menyukai menggunakan *Twitter* sebagai sarana untuk memperbarui informasi mereka. Pada rentang usia 19-25 tahun penggunaan *Instagram* dan *Snapchat* begitu mendominasi, ini mengindikasikan bahwa kini remaja mulai memilah antara lingkungan yang terlalu umum dan lingkungan personal. Mahasiswa atau khususnya masyarakat muda, lebih menyukai *media social* yang bersifat personal karena lebih terjaga soal apa yang akan mereka bagikan dalam *media social* tersebut.

Situs jejaring sosial yang sedang diminati saat ini merupakan konsep dari *microblogging*. *Microblogging* sendiri merupakan sebuah layanan yang memudahkan para penggunanya melakukan penambahan status atau kegiatan mereka kepada siapapun dalam bentuk foto, video, dan teks. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena sekarang orang-orang lebih senang menggunakan jejaring sosial yang bersifat menjaga . Seperti WA, Line, Facebook., Twitter, Instagram, Tumblr, Path, Ask.Fm, dan Snapchat yang sedang terkenal sekarang.

Banyak penyebab seseorang menggunakan media sosial, di zaman yang *modern* ini khususnya golongan muda atau mahasiswa memiliki media sosial merupakan sebuah kewajiban untuk berinteraksi dan menunjukkan eksistensi diri mereka di mata pengguna media sosial lainnya khususnya media sosial *Snapchat*. *Snapchat* merupakan sebuah aplikasi untuk saling berbagi pesan (berkomunikasi) secara cepat, namun dengan cara yang unik. Para penggunanya bisa saling berbagi foto dan video, lalu pesan tersebut akan terhapus dengan sendirinya setelah beberapa detik. Agar lebih menyenangkan, pengguna bisa menambahkan teks atau coretan pada foto / video yang akan dikirim. Video atau foto yang dikirim pengguna disebut sebagai “*Snap*”, kemudian tinggal memilih akan mengirimnya pada siapa. Penerima akan melihat pesan tersebut dengan

waktu yang sudah ditentukan si pengirim, lalu video / foto tersebut akan hilang.

Snapchat sendiri adalah suatu aplikasi media sosial unik yang bisa mengirimkan foto ataupun video sama halnya dengan Instagram namun berbeda karena foto dan video yang dikirim melalui aplikasi *Snapchat* ini akan terhapus secara otomatis dalam beberapa detik yang ditentukan oleh sang pengirim. Awal mula berdirinya *Snapchat* ini adalah oleh Mahasiswa dari *Stanford University*, yaitu Evan Spiegel, Bobby Murphy, Reggie Brown. *Snapchat* sendiri didirikan pada September tahun 2011 yang pada awalnya aplikasi itu sendiri belum terlalu familiar dan diterima oleh masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu kini *snapchat* sudah banyak pengguna khususnya di kalangan remaja. Sebuah analisis dari *ComScore* menunjukkan bahwa *Snapchat* laku keras bagi anak muda namun Facebook masih menjadi favorit untuk para orang tua. 71% pengguna *snapchat* di dunia berusia 18 sampai 34 tahun. ([http://www.kompasiana.com/anjas_021/inilah-rahasia-snapchat-digandrungi-kalangan-remaja_ diakses peneliti pada 30 November 2015](http://www.kompasiana.com/anjas_021/inilah-rahasia-snapchat-digandrungi-kalangan-remaja_diakses_peneliti_pada_30_November_2015)).

Bisa dibayangkan aplikasi ini akan semakin populer dan kini bisa mengalahkan kepopuleran WhatsApp, Line, bahkan Instagram. *Snapchat* sendiri mempunyai keunikan lain dibanding aplikasi media sosial yang lainnya yaitu, pengiriman pesan, foto, atau video yang akan terhapus begitu saja setelah dibaca oleh penerima. Berkat fitur ini, banyak pengguna *snapchat* yang memanfaatkannya untuk mengirimkan sesuatu kepada temannya secara pribadi tanpa takut akan diekspos ke public.

Melihat kehadiran fitur *snapchat* yang satu ini, peneliti melihat adanya kesukaan dari para remaja khususnya Mahasiswa, yang menyukai aplikasi ini. Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya penggunaan *Snapchat* oleh Mahasiswa Telkom University yang memunculkan pertama kali *Watermark* Telkom University untuk pertama kali yang ada di Indonesia khususnya di daerah Bandung, Jawa Barat. *Watermark* Telkom sendiri sudah ada sejak bulan Februari 2015 hingga sekarang bulan Desember

2015 *Watermark* itu masih ada. Dilihat dari 10 bulan ini Telkom University masih menjadi *trendsetter* dalam penggunaan *Snapchat* dikalangan Mahasiswa.



Gambar 1.6

Watermark Snapchat selama 10 Bulan ini

Sumber: Penulis 2015

Selain karena *Telkom University* menjadi yang pertama dalam penggunaan *Watermark* kampus yang ada dalam *Snapchat*, dan dari sekian banyak Universitas yang ada di Jawa Barat, peneliti memilih *Telkom University* sebagai tempat pelaksanaan penelitian. Karena *Telkom University* merupakan universitas yang berbasis ICT oleh karena itu peneliti ingin meneliti tentang penggunaan *Snapchat* terhadap kepuasan

mahasiswa. Maka dari itu dilihat dari Telkom University yang menjadi kampus berbasis ICT peneliti menjadikan dan melihat Telkom University sebagai objek dari penelitian ini. Selain itu, *Snapchat* bukanlah media sosial yang asing bagi mahasiswa *Telkom University*, oleh karena itu peneliti memilih mahasiswa *Telkom University* sebagai responden dalam penelitian ini.

1.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi masalah antara lain:

1. Bagaimana pengaruh antara Penggunaan *Snapchat* terhadap Kepuasan Mahasiswa Telkom University?

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh antara Penggunaan *Snapchat* terhadap Kepuasan Mahasiswa Telkom University?

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1.3.1 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai bukti konkrit dari ilmu yang telah dipelajari selama menuntut ilmu di bangku perkuliahan, sekaligus untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)

b. Bagi Mahasiswa

Agar mahasiswa mengetahui peran media sosial *Snapchat* untuk mendapatkan kepuasan setelah menggunakan media *Snapchat*

1.3.2 Manfaat Teoritis

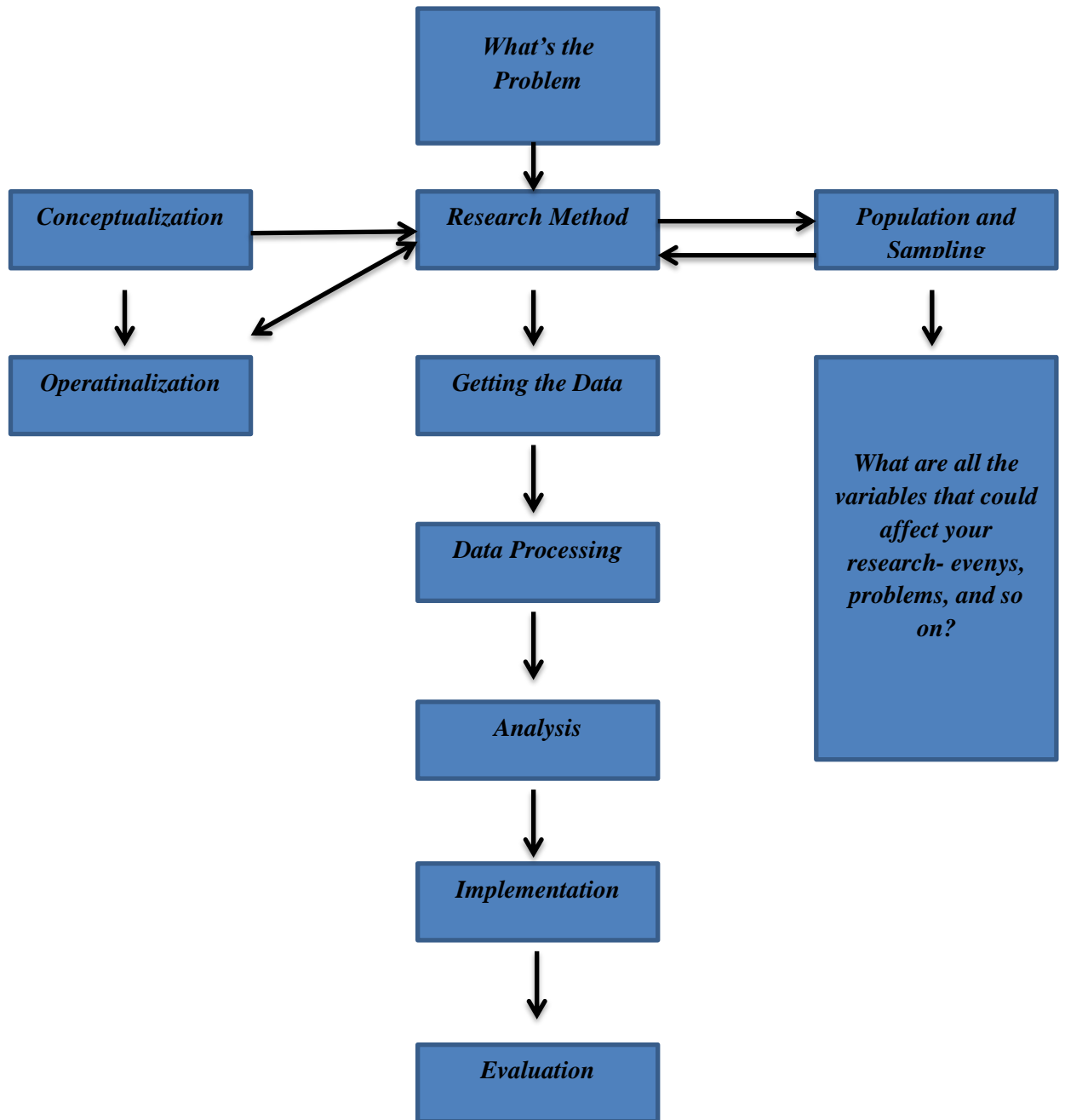
Selain itu penelitian ini juga berfungsi untuk dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang serupa

1.4 Tahapan Penelitian

Tahapan awal dalam penelitian ini yaitu perumusan masalah. Menurut Kriyantono (2008:74), permasalahan adalah awal dari sebuah penelitian, karena penelitian adalah upaya menjawab permasalahan yang dirumuskan. Lalu tahapan selanjutnya adalah menyusun tujuan dan manfaat penelitian serta mencari tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka yang berisi teori-teori, konsep-konsep yang *relevan* dengan permasalahan ini diperlukan sebagai alat analisis seorang peneliti. Dari tinjauan pustaka nantinya akan didapatkan kerangka pemikiran serta variable variable penelitian.

Setelah itu dilakukan penyusunan perangkat metodologi yang mencakup metodologi (pendekatan), penentuan metode penelitian, metode pengukuran (operasionalisasi konsep), teknik pengumpulan data serta teknik analisis data. Setelah data didapatkan dari penyebaran kuesioner, maka dilakukan analisis data. Pada akhir penelitian akan menghasilkan sebuah kesimpulan dan saran bagi pihak-pihak terkait dalam penelitian ini.

Gambar 1.5 Tahapan Penelitian



Sumber: Kriyantono (2008:75)

Hasil olah data penulis

Dari gambar 1.5 terlihat tahapan penelitian diawali dengan “*what’s the problem*” yaitu pencarian masalah, lalu dilanjutkan dengan menetapkan “*research method*” atau metode penelitian. Selain itu juga

menetapkan “*conceptualization*” yaitu konsep yang ingin diteliti, “*operationalization*” yaitu bagaimana kita mengukur variabel yang akan kita teliti, dan “*population and sampling*” yaitu siapa yang akan diteliti. *Conceptualization, operationalization, population & sampling* saling berkaitan dengan *research method* yang akan digunakan oleh peneliti.

Setelah hal-hal tersebut ditetapkan, maka langkah selanjutnya adalah “*getting data*” atau mencari data, “*data processing*” atau memproses data, kemudian dilakukanlah “*analysis*”. Apabila “*analysis*” telah dilakukan maka selanjutnya yaitu “*implementation*” yaitu pengimplentasian hasil penelitian dan terakhir adalah “*evaluation*” pengevaluasian penelitian secara keseluruhan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Namun responden berasal khususnya Mahasiswa di Bandung. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui link yang mengarah ke kuesioner yang akan disebarakan pada google doc. Periode pelaksanaan penelitian ini dilakukan dari bulan September 2015 sampai dengan Februari 2016. Sedangkan penyebaran kuosioner untuk mendapatkan data dari responden dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan September 2015 sampai dengan Oktober 2015.

1.6 Tabel Waktu Pelaksanaan Penelitian

KEGIATAN	MINGGU 1	MINGGU 2	MINGGU 3	MINGGU 4	MINGGU 5	MINGGU 6	MINGGU 7
Identifikasi Masalah							
Tujuan Penelitian							
Pengajuan Proposal							

Pengerjaan BAB 1							
Pengumpulan Data							
Pengerjaan BAB 2							
Studi Literatur							
Pengerjaan BAB 3							
Penyebaran Kuesioner							
Pengolahan Data							
Kesimpulan dan Sidang							

Tabel 1.1 Timeline Pengerjaan Penelitian
Olah Data Penulis, 2015