

BAB I

PENDAHULUAN

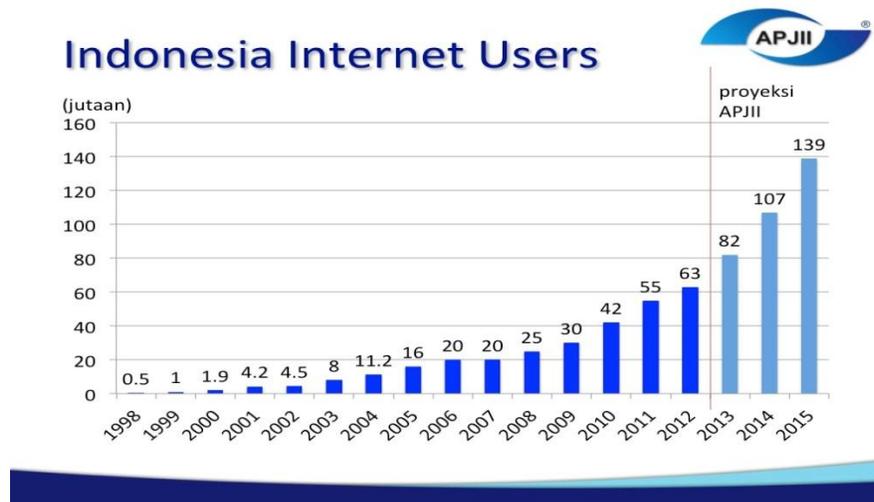
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi berkembang dengan sangat cepat. Ditemukannya berbagai penemuan – penemuan baru yang mempermudah kehidupan manusia yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya, dapat dijumpai saat ini dimanapun bahkan manusia menggunakannya sebagai media komunikasi utama dalam aktifitas sehari-hari. Teknologi menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam mempermudah setiap pekerjaan manusia. Salah satunya dalam hal komunikasi. Mudahnya setiap orang untuk berkomunikasi saat ini dimana pun dan kapanpun membawa dampak besar bagi kehidupan. Kehadiran internet yang membuka jalan media baru untuk hadir ditengah masyarakat yang memberikan layanan kemudahan dalam berinteraksi serta berkomunikasi dengan sesama pengguna membawa pengaruh besar dan kemudian membentuk budaya baru dalam berkomunikasi. Fleksibilitas media dan kemudahan akses internet membuat setiap orang dapat terhubung dan berkomunikasi satu dengan lainnya tanpa harus bertatap muka, di mana pun dan kapan pun. Kehadiran media baru (*new media*) memungkinkan perbedaan ruang dan waktu tidak lagi menjadi alasan penghambat komunikasi antarmanusia.

Creeber dan Martin dalam Mondry (2008: 13), mendefenisikan media baru atau *new media* sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah internet. Jenis media baru sekaligus media online yang paling populer saat ini adalah media sosial (*social media*) yang juga sering disebut “*social networking*” (media sosial). Media sosial adalah aplikasi yang mengizinkan *user* atau penggunanya berbagi informasi pribadi seperti biodata dan foto aktivitas sehari-hari sehingga dapat terhubung dengan orang lain.

Masyarakat Indonesia menyambut hangat kedatangan media sosial di tengah-tengah kehidupannya. Penggunaan media sosial dan digital menjadi bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. 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 semakin terus meningkat menjadi 139 juta orang pada tahun 2015 dan bahkan bisa saja lebih besar. (<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia> diakses pada tanggal 10 november 2015 pukul 19.19 WIB)

Gambar 1.1 Statistik Pengguna Internet di Indonesia

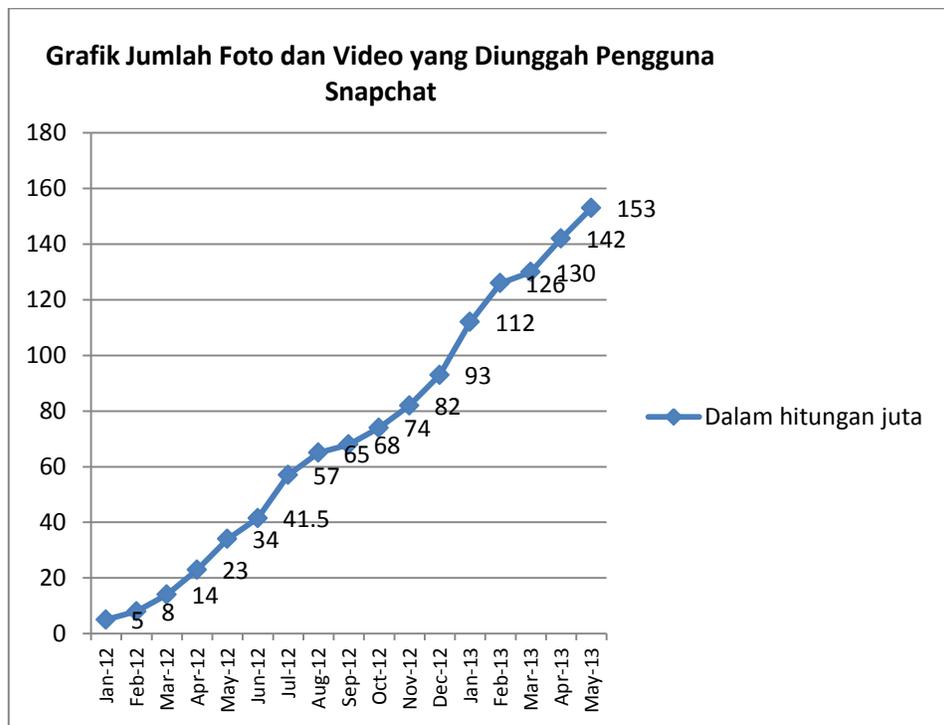


Sumber: kominfo.go.id (Di akses pada pukul 09.00 04 September 2015)

Salah satu Media Sosial yang sedang populer saat ini adalah *Snapchat*. *Snapchat* adalah sebuah aplikasi media sosial yang penggunanya dapat membuat foto dan video menjadi lebih ramai dengan menambahkan teks atau coretan pensil. Foto atau Video tersebut dinamai Snap yang kemudian dapat dikirimkan ke teman yang

ada di dalam kontak. Berikutnya penerima dapat melihat video atau foto tersebut dengan durasi yang ditentukan oleh pengirim. Setelah itu video akan hilang. Snapchat diciptakan oleh tiga orang mahasiswa Stanford University, yaitu Evan Spiegel, Bobby Murphy, dan Reggie Brown. Mulanya ini adalah proyek kelas Spiegel dan Brown dengan nama Picabbo. Keduanya kemudian menggandeng Murphy untuk merealisasikannya ke dalam aplikasi. Pada bulan Juli 2011, Picabbo resmi memulai debut namun kemudian diubah menjadi Snapchat dan mendarat di Android pada 29 November 2012.

Gambar 1.2



(Sumber :<http://www.tekno.kompas.com>, diakses pada 10 Desember 2015, pukul 08:29 WIB)

Pada grafik diatas terlihat dari bulan Januari 2012, saat itu aplikasi ini kurang lebih masih berusia 3 Bulan. Dengan usianya yang masih terbilang muda, jumlah foto dan video yang sudah terunggah pada saat itu sudah 5 juta foto dan video. Gambar grafik diatas menjelaskan bahwa, jumlah foto dan video yang terupload setiap bulannya mengalami peningkatan. Terlihat pada pertengahan 2013, jumlah tersebut telah mencapai angka diatas 150 juta. Hal ini menggambarkan bahwa sangat tinggi dan cepatnya pertumbuhan pengguna *Snapchat* itu sendiri. Data terakhir menunjukkan pada bulan Mei 2015 jumlah pengguna *Snapchat* sudah ada lebih dari 120 juta pengguna yang tersebar di seluruh dunia. Angka tersebut sebanding dengan jumlah pengguna harian aktif website dan aplikasi Facebook (Sumber: tekno.kompas.com).

Untuk sebuah media sosial yang baru tentu saja *Snapchat* adalah sebuah inovasi baru dari sekian banyaknya media sosial yang telah ada karena kegunaan aplikasi yang terbilang unik yakni penggabungan konsep dari *photography* dan *video streaming*. Hal ini sangat berguna jika seorang pengguna ingin membagikan aktivitas sehari-harinya ataupun ketika pengguna tersebut sedang berlibur. Pengguna *Snapchat* juga dapat mengekspresikan sebebas-bebasnya kegiatan yang dilakukan dengan beberapa fitur unik yang dimiliki *Snapchat*. Dalam menggunakan media sosial ini tidak ada batasan yang mengatur foto atau video apa yang dapat diunggah melainkan bebas-bebas saja.

Peneliti memilih *Snapchat* sebagai media sosial yang diteliti karena selain terbilang baru, media sosial ini memiliki keunikan dengan skema “jepret>atur> kirim>terima>hilang”. Yang dimaksud dari skema yang unik tersebut, yaitu:

a) Jepret

Sekilas mungkin dapat dimaknai agak mirip dengan instagram yang mana kita dapat mengambil gambar atau video melalui aplikasinya langsung. Perbedaannya adalah pada instagram, kita dapat mengupload foto atau video yang sudah diambil melalui kamera handphone yang bukan dari aplikasi instagram ataupun hasil unduhan yang ada di

memory smartphone dapat di *upload*. Sedangkan dalam penggunaan aplikasi *Snapchat*, kita hanya bisa melakukan aktivitas seperti meng-*uPDAte* status di *my story (timeline)* hanya melalui hasil jepretan yang kita hasilkan dari aplikasi *Snapchat* itu sendiri.

b) Atur

Pengaturan disini yang dimaksud adalah pengaturan foto yang telah diambil dari kamera *Snapchat*, seperti pengaturan *filter* dan pemilihan waktu foto atau video tersebut ditampilkan. Pengguna *Snapchat* dapat menggunakan fitur mengedit yang sedikit unik dengan pengguna dapat memberikan efek pada foto atau video selfienya dengan efek seperti gambar dibawah. Fitur mengedit dengan efek tersebut tadinya hanya dapat digunakan oleh *smartphone* yang beroperasi dengan iOS Apple saja, dan beberapa bulan kemudian pengguna *smartphone* Android juga bisa menggunakannya

Gambar 1.3

Fitur Aplikasi *Snapchat*



(Sumber :<http://www.pcadvisor.co.uk>, diakses pada pada 4 November 2015 Pukul 11.23)

c) Kirim

Yang dimaksud fitur kirim disini bukan hanya kita dapat meng-unggah hasil jepretan pada *my story* saja, tetapi juga dapat mengirimnya pada teman kita secara bersamaan. Tidak ada mode *forward message* pada Snapchat.

d) Terima

Tentunya kita juga dapat menerima pesan yang dikirim oleh rekan atau teman Snapchat. Tetapi pesan tersebut hanya bisa dibuka satu kali dan dapat di *replay* juga pun satu kali saja.

e) Hilang

Inilah hal unik yang menurut peneliti yang pembeda aplikasi ini dari aplikasi media sosial lainnya. Pada penggunaan Snapchat, kita dapat mengunggah foto atau video di *my story*. Hasil unggahan tersebut akan

hilang dalam kurun waktu 24 jam, jadi hal ini tidak membuat foto atau video tersebut menjadi gallery yang akan terus ada sebelum dihapus oleh penggunanya, melainkan akan terhapus sendiri. Begitu juga pada fitur *personal message* seperti yang di jelaskan pada fitur terima.

Dalam penjelasan diatas dapat kita lihat perbedaan serta keunikan *Snapchat* dibandingkan media sosial lainnya yang pernah ada. Hal tersebutlah yang membuat peneliti menjadi ingin untuk melakukan penelitian pada salah satu aplikasi media sosial ini.

Banyaknya pengguna media sosial seakan akan media sosial menjadi salah satu kebutuhan manusia dalam berkomunikasi. Media sosial selain menjadi tempat untuk bersosialisasi, kerap juga digunakan sebagai ajang narsis. Bukan hanya memajang foto atau status mengenai dirinya, mereka juga tidak segan memamerkan kemesraan dengan pasangan. Kita tentu sering menemukan orang-orang yang gemar memamerkan kemesraan dengan pasangannya. Entah saling menyapa ataupun mengunggah foto bersama pasangannya dan menunjukkan kebahagiaan. Menurut psikolog Monty Satiadarma, bagi sebagian orang memasang foto di media sosial merupakan kebanggaan serta mencari eksistensi diri di lingkungan sosialnya. (<http://girl.fimela.com/love-life/cerita-cinta/pamer-foto-mesra-sosmed-ops-jangan-sampai-kejebak-PDA?page=0,1> diakses pada 09 November 2015 pukul 00:52 WIB)

Pengamat media sosial Nukman Luthfie pun berpendapat sama yaitu memandang tujuan utama orang membuat akun media sosial adalah untuk pembuktian eksistensi diri. Beragam dan bebasnya hal yang dapat di lakukan di media sosial membuat para remaja berlomba lomba mengunggah berbagai hal yang tidak semuanya diinginkan publik. Tetapi, bagi sebagian orang lain, ini akan dirasakan sebagai hal yang menjemukan, bahkan adakalanya kurang pantas untuk di publikasikan. Karena hal ini lah yang kemudian mendorong pengguna media sosial terbawa pada tingkah laku yang sedikit menyimpang atau terjerumus kedalam hal-hal yang negatif. Beberapa pengguna media sosial diberbagai kalangan termasuk

kalangan selebritis tidak segan memperlihatkan foto atau video mesra bersama teman dekat atau pacar di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path dan Snapchat. (<http://m.koran-sindo.com/node/358354> diakses pada 5 November 2015 pukul 15.25 WIB)

Mengumbar kemesraan di depan umum atau sering disebut dengan *Public Display of Affection (PDA)* adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang menunjukkan ikatan dengan orang lain dengan cara demonstrasi fisik dari hubungan antar-pasangan di mana ada orang lain yang melihatnya. Berpegangan tangan atau berciuman di muka umum biasanya dianggap sebagai bentuk *PDA* yang tidak dapat diterima di Indonesia. Namun, *PDA* saat ini tidak hanya dilakukan di ruang publik, melainkan juga di media sosial yang dikenal dengan istilah *Virtual Display of Affection*. Menurut *Urban Dictionary*, *Virtual Display of Affection (VDA)* mirip dengan *Public Display of Affection (PDA)*, namun berbeda dengan *PDA* yang memamerkan kemesraan di depan umum, *VDA* dilakukan di dunia virtual dan berkaitan dengan penggunaan *new media* khususnya media sosial. Bentuk *VDA* tidak hanya berupa visual atau gambar. Kata atau text mesra yang dipamer ke media sosial juga merupakan bentuk *VDA*. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Kita biasanya menganggap pendengaran dan penglihatan sebagai indra primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam menyampaikan pesan-pesan bersifat intim. (Rahayu, 2015)

Demikian halnya dengan *virtual affection* yang memberi respon nonverbal dalam bentuk kontak fisik yang merupakan bentuk komunikasi antarpribadi di antara mereka. Pasangan yang berpacaran umumnya ingin tampil di muka umum dan menunjukkan hubungan di antara keduanya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rudolph F. Verderber dalam Mulyana (2005: 4) yang mengemukakan salah satu fungsi komunikasi adalah fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan.

Terkadang ada batasan-batasan yang entah sengaja atau tidak dilanggar seperti mengunggah foto mesra bersama pasangan seperti berciuman atau berpelukan di *Snapchat* *VDA* juga tidak menjamin hubungan semakin harmonis, bisa saja malah menimbulkan cap negatif yang diberikan masyarakat dan berujung pada retaknya suatu hubungan. Namun demikian, peneliti menyadari batasan *VDA* masih belum jelas. *VDA* berkaitan dengan kebudayaan yang berlaku di suatu daerah sehingga setiap orang dalam daerah tertentu memiliki persepsi sendiri tentang *VDA* dan batasan yang berbeda dalam mentolerir apakah *VDA* dianggap wajar atau tidak. Peneliti juga belum menemukan penelitian ilmiah yang mengkaji *VDA* secara mendalam. Hasil observasi sementara, peneliti menemukan tidak sedikit mahasiswa yang memamerkan foto atau video mesranya di *Snapchat*.

Menurut pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, menjelaskan bahwa adanya tren yang sedang marak dikalangan mahasiswa atau mahasiswi di kota bandung, yaitu mengumbar kemesraan di media sosial *Snapchat*. Para mahasiswa sedang gemar menggunakan *Snapchat* karena aplikasi ini sedang ramai di perbincangkan dan sedang menjadi tren dikalangan usia mereka dan *Virtual display of Affection* adalah hal yang sering mereka lakukan. Hal tersebut di ungkapkan oleh 8 dari 10 mahasiswa Ilmu Komunikasi Bandung.

Tabel 1.1

Hasil Pra Penelitian

No	Nama	Usia	Fakultas	Keterangan
1.	Tessa Verdesonia	21	Ikom – Telkom University	Aku lagi seneng main <i>Snapchat</i> setahun terakhir, biasanya aku upload bareng pacar dan sama temen juga sih.
2.	Shindy Fabriana	22	IKOM – Telkom University	Instagram main, tapi lebih sering <i>Snapchat</i> kalo sekarang, lagian kan <i>Snapchat</i> langsung kehapus

				otomatis postingannya jadi kalo aku sering upload foto bareng pacar ya ga aneh.
3.	Alive Putri Pertiwi	21	IKOM – Telkom University	Snapchat lagi naik daun, ya pasti aku tau dan aku juga pake. Aku juga sering upload sesuatu bareng pacar aku atau yang berkenaan sama dia abis ya seru aja.
4.	Zaka Aulia	22	IKOM-Telkom University	Aku main snapchat jarang sih muka aku, palingan muka pacar aku lah yang aku masukkan sama emot-emot hitu biar dia senang aja. Snapchat sekarang kan lagi hit kali. Biar jadi anak kekinian awak.
5	Alfaz Hardzi A	22	IKOM-Telkom University	Aku main Snapchat karna ikut temen, abis juga seru. Aku sukanya upload lagu-lagu sama kegiatan bareng pacar. Temen juga sih kadang-kadang.
6	Nungky S.P	19	IKOM- Unisba	Iya biar kekinian main Snapchat, asik juga mainnya lucu-lucu. Aku sering mainnya bareng pacar apa lagi face swap itu.
7	Asri Nurvadayani	22	IKOM- Unpad	Main juga sosmed yang lain, tapi lagi main Snpachat sekarang ini tuh Asik aja kalo posting sama temen,

				sama keluarga sama pasangan juga.
8	Hana Aulia N	22	IKOM- Unpad	Snapchat itu lagi in di kalangan remaja dan dewasa muda sih, kayak aku juga lagi main Snapchat biasanya aku posting kalo lagi jalan aja sama pasangan atau wisata kuliner.
9	Ajeng Dwi D	21	IKOM- Unpad	Main kok, aku main snapchat. Awalnya aku ngikut temen aja terus akunya keterusan. Sukanya posting kalo lagi pergi-pergi aja, kalo lagi sama pacar trus temen juga.
10	Aan Govan	21	IKOM- Unisba	Sukanya uplod yg lucu lucu aja. Asal lagi boring gitu sama pacar kan filtenya juga lucu-lucu. Enak deh main Snapchat.

Sumber, Olahan Peneliti,2016

Dalam pemaparan di atas banyak dan rata-rata mahasiswa melakukan kegiatan *Virtual Display Of Affection*, dalam hal tersebut peneliti merasa perlu untuk mengetahui dan melakukan penelitian untuk mengungkapkan apa motif yang mendorong mahasiswa melakukan aktivitas *Virtual Display Of Affection* di Snapchat

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Motif memberikan tujuan dan arah kepada tingkah laku kita (Gerungan, 2010:151). Hal ini juga didukung oleh teori behaviorisme “law of effects” bahwa perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi; artinya kita tidak akan menggunakan media bila media tersebut tidak memberikan pemuasan pada kebutuhan kita. Jadi

jelaslah kita menggunakan media karena didorong oleh motif-motif tertentu (Rakhmat, 2009: 207).

Melihat segmentasi Snapchat adalah anak muda yang berusia 16-27 tahun maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa, dan memilih mahasiswa ilmu komunikasi karena *Virtual Display of Affection* adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal, peneliti menganggap mahasiswa ilmu komunikasi bisa sangat memahami dengan mudah karena mengerti dan mempelajari kajian-kajian tentang dasar-dasar ilmu komunikasi dengan baik sementara itu, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi dianggap memahami penggunaan *new media* karena *new media* berkaitan dengan kajian Ilmu Komunikasi. Oleh Peneliti tertarik untuk meneliti apa Motif Virtual Display Of Affection bagi pengguna Snapchat di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Bandung. Peneliti memilih tiga memilih 3 universitas yaitu Universitas Padjajaran, Universitas Telkom dan Universitas Islam Bandung. Adapun alasan mengapa peneliti memilih tiga universitas tersebut karena ketiga universitas tersebut memiliki jurusan Ilmu Komunikasi terfavorit yang berbasis ICT dan masuk ke dalam 10 universitas terbaik dalam bidang teknologi di Bandung. (<http://4muda.com/10-universitas-terbaik-dan-terpopuler-di-bandung-tahun-2015/> diakses pada 10 November 201 Pukul 12.30 WIB)

1.2 Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa saja Motif *Virtual Display of Affection* pada pengguna Snapchat di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja Motif *Virtual Display of Affection* pada pengguna Snapchat di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian dapat dijadikan sebagai pengetahuan dibidang komunikasi khususnya kajian motif.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan pengguna aplikasi Snapchat tentang apa saja yang menjadi motif para pelaku aktivitas *Virtual Display of Affection* di Snapchat.
2. Penelitian dapat dijadikan landasan dalam memahami fenomena merebaknya kegemaran melakukan aktivitas *Virtual Display of Affection*.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang batasan *Virtual Display of Affection* di dunia virtual.

1.5 Tahapan Penelitian

Untuk melaksanakan sebuah penelitian kualitatif, diperlukan tahapan penelitian. Menurut Lexy J. Moleong dalam Almanshur dan Ghony (2012:144-157), tahapan penelitian terdiri atas:

1. Tahapan Pra Lapangan

Pada tahap ini, terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan dalam penelitian, peneliti merancang sebuah penelitian kualitatif. Pertama, peneliti menentukan topik untuk diangkat menjadi sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat topik motif para pengguna di era media baru. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Snapchat. Setelah menemukan topik yang tepat dan masalah yang akan dibahas, tahap selanjutnya adalah mencari teori yang berhubungan dengan topik masalah. Setelah itu melakukan pra penelitian serta memilih lokasi dan narasumber penelitian.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Dalam tahap ini, peneliti melakukan wawancara maupun observasi terhadap narasumber. Peneliti mencatat informasi yang dianggap penting bagi penelitian ini.

3. Tahap analisis data

Setelah semua data terkumpul, peneliti melakukan teknik analisis. data, setelah data dianalisis, peneliti membuat suatu kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa lokasi di kota Bandung dan Jakarta, karena peneliti akan melakukan wawancara mendalam kepada informan yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Bandung.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini penulis mulai pada awal bulan November 2015 dan ditargetkan akan selesai pada 2016.

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

NO	Kegiatan	Bulan							
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pencarian Informasi awal	■							
2	Mengumpulkan data yang diperoleh	■	■						
3	Menyusun BAB I, II, III		■	■	■				
4	Pendaftaran			■	■				

	sidang proposal							
5	Pelaksanaan sidang proposal							
6	Penelitian							
7	Pendaftaran sidang skripsi							
8	Sidang akhir							