

**POLA KOMUNIKASI PENGGUNA SOSIAL MEDIA PATH DI
SMP HARAPAN MANDIRI MEDAN**

SKRIPSI

Disusun oleh:

Nur Rahmadhani Syam

1303110062



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2017

ABSTRAKSI

POLA KOMUNIKASI PENGGUNA SOSIAL MEDIA PATH DI SMP HARAPAN MANDIRI MEDAN

NUR RAHMADHANI SYAM

1303110062

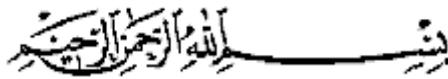
Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya pengguna sosial media Path sehingga menimbulkan berbagai pola komunikasi dalam penggunaan sosial media Path di kalangan siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Dengan tampilan yang sederhana tapi menarik, fitur-fiturnya yang lengkap tidak ditemukan di media sosial lain seperti berbagi *moment* yang meliputi *share* foto, video, film, buku, musik, tempat, *updates status*, fitur *sleeping awake* dan fitur Nike+, membuat tingkat penggunaan Path sangat tinggi. Path kini menjadi media sosial yang *happening* dan populer di kalangan siswa. Hal inilah yang membuat peneliti menarik untuk meneliti bagaimana cara siswa SMP Harapan Mandiri berkomunikasi melalui media sosial yang sedang populer ini yakni Path.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi pengguna sosial media *Path* di SMP Harapan Mandiri Medan. Dan manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi seluruh siswa SMP Harapan Mandiri Medan dalam menggunakan sosial media *Path* agar pemanfaatannya bisa diarahkan sebagai fungsi komunikasi di bidang edukasi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan analisis kualitatif, maka pengujiannya dilakukan dengan uji non statistik, yaitu pengujian yang dimulai dari tahap pengumpulan data melalui proses wawancara, reduksi data, kemudian penyajian data yang dianalisis peneliti sampai pada tahap penarikan kesimpulan/verifikasi. Peneliti menetapkan 4 (empat) orang narasumber yang terdiri dari Pengurus Kelas IX – A yang dianggap peneliti dapat memenuhi kebutuhan dari penelitian ini berupa informasi atau gambaran yang jelas sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan harapan Peneliti. Peneliti mengajukan 14 pertanyaan kepada narasumber sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan.

Dari hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media Path di SMP Harapan Mandiri Medan diawali dengan melakukan *posting status* melalui sosial media Path. Para pengguna Path memiliki cara untuk menyampaikan *status*, yaitu dengan menambahkan *caption* dengan penggunaan bahasa yang disampaikan agar dapat dilihat oleh pengguna Path lainnya. Selain memposting status, Siswa SMP Harapan Mandiri Medan juga mengunggah lokasi dimana mereka berada, *mengupload* foto dan video, mengunggah buku, musik dan film, bahkan menggunakan fasilitas chat untuk menyampaikan pesan sebagai bentuk komunikasi mendalam. Motif menggunakan media sosial *Path* untuk memperlihatkan keeksistensian diri oleh siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Eksis di tengah-tengah masyarakat dan tidak mau dianggap ketinggalan jaman karena media sosial *Path* itu *exclusive* berbeda dengan media sosial lainnya, fiturnya lebih lengkap dan hanya dapat di akses di *gadget*, ponsel *smartphone* dan *IPhone*.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesempatan sehingga penulis menempuh jenjang pendidikan Strata Satu (S1) sampai kepada tahapan penyelesaian skripsi yang berjudul **“Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media Path di SMP Harapan Mandiri Medan”**. Skripsi ini diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Shalawat beriring salam juga tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW dimana atas perjuangan Beliau-lah yang telah mengantarkan umatnya dari alam kebodohan dan kebatilan pada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan serta kebaikan.

Dari dasar hati penulis ingin mengucapkan syukur yang sedalam-dalamnya kepada Allah SWT karena tanpa rahmat dan ridho-Nya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini, mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya, ayahanda Alm. Iskandar Syam yang berkorban materi dan material serta doanya semasa hidup beliau dan Ibunda Siti Aliah, S.Pd yang telah melahirkan dan memberikan seluruh kasih sayangnya, membesarkan, mendidik, serta selalu mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan studi sampai dengan sekarang ini serta menyadari segala apa yang penulis lakukan tidak dapat

berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan insan yang baik hati. Untuk itu, dari lubuk hati terdalam penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani S.Sos, M.IKom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus Pembimbing II yang telah banyak membantu memberikan masukan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.IKom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.IKom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Drs. Yan Hendra, M.Si selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Adik-adik siswa SMP Harapan Mandiri Medan, Ero Novalino Hutabarat, Reyvanza Adliva, Emiea Aneldra dan Nadilla Pratiwi yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.
10. Buat Kakakku tersayang Siti Hijriah Syam, S.Pd dan Eva Nirmala Syam, Eli Fiana Syam, S.IKom yang telah memberikan kasih sayang serta semangatnya dan adikku tersayang Nurul Hikmah Syam dan Muhammad Taufik Maulana Syam yang telah memberikan kasih sayang dan semangat juga sampai sekarang ini.
11. Buat kekasih hati Indra Syahputra yang selalu memberi dukungan dan semangat selama penyelesaian skripsi ini.
12. Buat seluruh teman-teman IKO HUMAS A3 Malam terima kasih untuk semua perjuangan yang telah kita lalui selama perkuliahan.
13. Buat sahabatku Mayang Hermaini, Rika Juliana, Lena Sari, Widi Junita, Melisa, Ari Andari, dan Icha Novia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat kekurangan baik dalam penyampaian, bahasa, kata maupun dalam hal penyajian. Untuk itu, penulis dengan berbesar hati dan dengan tangan terbuka menerima saran-saran maupun kritik sehat yang bersifat membangun dari para pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan karya tulis ini. Dengan bantuan dan dukungan yang telah penulis dapatkan, akhirnya dengan menyerahkan diri dan

senantiasa memohon petunjuk dan perlindungan kepada Allah SWT semoga amalan dan perbuatan baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula. Amin Ya Rabbal'alam.

Medan, April 2017

Penulis,

Nur Rahmadhani Syam

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	
A. Komunikasi.....	8
1. Pengertian Komunikasi.....	8
2. Unsur-unsur Komunikasi.....	10
3. Intensitas Komunikasi.....	13
4. Waktu Komunikasi.....	15
5. Motif Komunikasi.....	15
B. Komunikasi Massa	17
1. Pengertian Komunikasi Massa	17
2. Proses Komunikasi Massa	17
3. Unsur-unsur Komunikasi Massa.....	19
4. Karakteristik Komunikasi Massa.....	20
5. Fungsi Komunikasi Massa.....	21
6. Efek Komunikasi Massa.....	23
7. Hambatan-hambatan dalam Komunikasi Massa.....	24
C. Perkembangan Komunikasi dan Teknologi Komunikasi.....	30
D. Media Sosial.....	34
1. Pengertian Media Sosial.....	34

2. Karakteristik Media Sosial.....	36
3. Manfaat Media Sosial.....	38
E. Internet.....	41
1. Pengertian Internet.....	41
2. Sejarah Internet.....	42
F. Path.....	42
1. Pengertian dan Sejarah Path.....	42
2. Fitur-fitur Path.....	44
G. Teori Media Sosial.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	49
B. Kerangka Konsep.....	49
C. Defenisi Konsep.....	50
D. Kategorisasi.....	51
E. Informan atau Narasumber.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data	53
G. Teknik Analisis Data.....	53
H. Deskriptif Lokasi Penelitian	
1. Lokasi Penelitian.....	55
2. Waktu Penelitian.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	58
B. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel Kategorisasi.....	52
-------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	50
Gambar 2.1.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, internet sudah tidak asing lagi didengar oleh seluruh lapisan masyarakat karena hampir semua kegiatan komunikasi membutuhkan internet. Internet dibutuhkan oleh siapa saja yang tidak dibatasi oleh usia dari kaum muda, dewasa hingga tua. Internet juga dibutuhkan dimana saja dan kapan saja.

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dalam dunia maya atau melalui interaksi secara online. Melalui kecanggihan teknologi informasi, maka masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial (Alyusi, 2016:1).

Munculnya internet dapat menghubungkan antar berbagai manusia dari berbagai manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal sebelumnya dengan cara mengkoneksikan komputer dengan jaringan internet. Interaksi antar manusia tersebut, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik kebutuhan jasmani maupun rohani. Salah satunya adalah kebutuhan akan informasi. Setiap orang membutuhkan informasi. Sebagai bagian dari tuntutan kehidupan dan sebagai penunjang kegiatannya. Internet sangat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan informasi tersebut (Alyusi, 2016:1).

Internet juga merupakan jaringan besar di seluruh dunia yang saling berhubungan yang memungkinkan transfer elektronik. Melalui *new media* ini, manusia yang tersebar di seluruh dunia dapat berinteraksi satu sama lainnya. Ketika komunikasi tidak memungkinkan untuk bertatap muka, internet hadir sebagai *interactive media*. Berkat teknologi ini, menjadikan proses komunikasi sebagai media perantara antar manusia. Melalui perkembangannya, internet dapat dijangkau melalui *gadget*, seperti tablet maupun *smartphone* yang dapat mudah dibawa dan digunakan kapan pun dan di mana pun. Dalam *gadget* pun terdapat berbagai aplikasi, khususnya dalam penelitian ini, yakni mengenai sosial media *Path*. Penelitian ini ingin mengetahui pola komunikasi bagi para penggunanya, dalam hal ini yaitu siswa (<https://nessaifana.wordpress.com/pengertian-internet-intranet>).

Path merupakan situs media sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja, tanpa adanya orang yang tidak dikenal. Sejak diluncurkan November 2010, oleh Dave Morin yang sebelumnya bekerja di Facebook dan *Apple*, serta pengembang perangkat lunak Dustin Mierau dan Shawn Fanning, *Path* mendapat tempat di hati penggunanya. *Path* mempunyai *tagline* “*The smart journal that helps you share life with the ones you love*” yaitu tentang hubungan yang bisa dipercaya sepanjang kehidupan seseorang, dalam satu waktu, seseorang hanya bisa memiliki 150 *true relationships*, dimana hubungan dengan orang-orang diluar itu bukan *relationship* yang termasuk dekat. *Path* didesain berdasarkan sebuah teori ilmu sosial yang dikembangkan oleh seorang profesor Robin Dunbar di *Oxford University*.

Berbeda dengan Facebook dan Twitter yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan jutaan orang.

Path merupakan perpaduan fitur-fitur yang sudah ada pada media sosial lain, seperti Friendster, Foursquare, Instagram, Facebook, Twitter, yang menjadi satu pada aplikasi media sosial *Path* ini, fitur yang di tawarkan semakin banyak. Layaknya Facebook, Foursquare, Instagram dan Twitter. *Path* dapat berbagi cerita, musik, foto, video, tempat dan film ke orang-orang terdekat, selain itu ada fitur *sleeping* dan *awake*. Ada satu lagi yang menarik dari *Path*, yaitu tersedianya delapan *free filter lenses* untuk mempercantik foto atau video yang siap di unggah untuk dibagikan ke teman terdekat. Hal ini seperti media sosial Instagram yang memiliki layanan utama sebagai tempat berbagi foto dengan beragam *filter lenses*. *Path* juga dapat dihubungkan dengan media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, Foursquare dan Tumblr. Setiap aktivitas kita di *Path* dapat juga dibagikan secara otomatis ke empat media sosial tadi dengan melakukan *setting* terlebih dahulu untuk menggunakan fitur *sharing* ini. Di samping itu ada beberapa menu yang disediakan, seperti *Home (timeline)*, *Friend List*, *Activity* (notifikasi), *Path* (laman profil pribadi) dan *setting*. *Path* menyediakan dua *template* foto atau gambar, yaitu *profile picture* dan *cover photo* pada laman *Home (timeline)* dan profil pribadi ([https://id.wikipedia.org/wiki/path/ %20jejaring sosial%29](https://id.wikipedia.org/wiki/path/%20jejaring_sosial%29)).

Banyak penyebab yang di timbulkan oleh efek media sosial yang mendorong orang memiliki perilaku komunikasi tertentu, salah satunya *Path* yang merupakan aplikasi media sosial yang dapat memenuhi seluruh yang diinginkan penggunanya dan merupakan alat komunikasi efektif yang memang berbeda

dengan media sosial lainnya. *Path* bisa dikatakan media sosial yang sedang tren saat ini dibandingkan dengan media sosial lain yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang terutama di kalangan siswa. Inilah yang mendorong berbagai motif, interaksi, dan informasi pada banyaknya siswa yang menggunakan *Path* terutama di SMP Harapan Mandiri Medan. Selain berbeda dan lengkap, *Path* yang *exclusive* dan hanya bisa diakses di *gadget* dan ponsel *smartphone*, menjadi daya tarik tersendiri bagi SMP Harapan Mandiri Medan untuk menggunakannya.

Dengan tampilan yang sederhana tapi menarik, fitur-fiturnya lengkap yang tidak ditemukan di media sosial lain seperti berbagi *moment* yang meliputi *share* foto, video, film, buku, musik, tempat, *updates status*, fitur *sleeping awake* dan fitur *Nike+*, membuat tingkat penggunaan *Path* sangat tinggi. *Path* kini menjadi media sosial yang *happening* dan populer di kalangan siswa. Hal inilah yang membuat peneliti menarik untuk meneliti bagaimana cara siswa SMP Harapan Mandiri berkomunikasi melalui media sosial yang sedang populer ini yakni *Path*.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu “Bagaimana pola komunikasi pengguna sosial media *Path* SMP Harapan Mandiri Medan?”

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas, yang menjadi batasan masalah penelitian ini adalah “ Siswa SMP Harapan Mandiri Medan yang menggunakan dan aktif di Media Sosial *Path*”.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, serta pembatasan masalah di atas, maka penulis menetapkan tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pola komunikasi pengguna sosial media *Path* di SMP Harapan Mandiri Medan.”

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi peneliti lainnya.

b. Secara Akademis, penelitian ini dilakukan sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Siswa UMSU Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Kosentrasi Humas/Public Relation dan dapat memperkaya khazanah Peneliti dan juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pembacanya.

c. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi seluruh siswa SMP Harapan Mandiri dalam menggunakan sosial media *Path*.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Merupakan uraian teoritis yang memaparkan tentang pengertian komunikasi, proses komunikasi, pengertian komunikasi massa, proses komunikasi massa, unsur-unsur komunikasi massa, karakteristik komunikasi massa, fungsi komunikasi massa, efek komunikasi massa, hambatan-hambatan komunikasi massa, perkembangan komunikasi dan teknologi komunikasi, pengertian media sosial, karakteristik media sosial, manfaat media sosial, pengertian dan sejarah *path*, fitur-fitur *path*, dan teori media sosial.

BAB III : Merupakan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, Deskripsi lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV : Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : Merupakan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis merupakan dasar dan landasan untuk mencari teori yang digunakan dalam mencapai sebuah penelitian atau pemecahan masalah terhadap faktor-faktor yang menjadi masalah dalam penelitian ini. Uraian ini juga merupakan penjelasan teoritis dalam rumusan masalah penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang mengapa dan bagaimana suatu masalah harus relevan dengan konteks isi.

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut “*communication*” atau bahasa latin disebut “*communis*” yang berarti sama. *Communico*, *Communicatio* atau *Communicare* yang berarti membuat sama (*make to commom*). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesanan atau berita dua orang atau lebih agar pesan yang dimaksud dapat dipahami. Saya memahami pengertian komunikasi secara ringkas adalah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dengan atau tanpa media untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*).

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Ingat bahwa sejarah komunikasi, ia dikembangkan dari ilmuwan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu.

Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996:4) mendefinisikan komunikasi demikian : “*A proces by which a source transmits a messeage to a receiver through some channel.*” (Komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.)

Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981:18) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Bahasa komunikasi menurut Effendy (2000:28), yaitu pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the messeage*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Dalam komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu dalam setiap komunikasi, yaitu sumber informasi (*receiver*), saluran (*media*), dan penerima informasi (*audience*). Sumber informasi adalah seseorang atau institusi yang memiliki bahan informasi (pemberitaan) untuk disebarkan kepada masyarakat

luas. Saluran adalah media yang digunakan untuk kegiatan pemberitaan oleh sumber berita, berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk khalayak umum. Sedangkan *audience* adalah perorang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi (Bungin, 2006:57).

Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut. Walaupun komunikasi sudah disiswai sejak lama dan banyak dikaji para ahli, topik ini menjadi penting khususnya pada abad ke 21 karena pertumbuhan komunikasi digambarkan mengalami perkembangan yang revolusioner, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti, radio, televisi, telepon selular, satelit jaringan computer, dan internet seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar dan politik yang mendunia (Hermawan, 2012:4-5).

2. Unsur-Unsur Komunikasi

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan sebagai berikut:

a. Komunikator (*communicator, source, sender*), yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.

b. Pesan (*message*), yaitu suatu gagasan, dan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan bersifat pendidikan, emosi dan lain sebagainya yang akan disampaikan komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu. Pesan terbagi atas dua jenis yaitu pesan verbal dan non verbal.

Pesan verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya menggunakan kata-kata, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan apa yang didengarnya. Pesan verbal dalam pemakaiannya, menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti, bahasa menjadi peralatan yang sangat penting untuk memahami lingkungan. Melalui bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku dan pandangan.

Pesan nonverbal menurut Cangara (2004:99) bahwa pesan non-verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Pada pesan non-verbal mengandalkan indera penglihatan sebagai penangkap stimuli yang timbul. pesan nonverbal bisa disebut bahasa isyarat atau gesture atau bahasa diam (*silent language*).

Selain hal tersebut di atas, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuknya. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab bentuk pesan yaitu:

1) Informatif

Yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, dalam situasi tertentu pesan informatif tentu lebih berhasil dibandingkan persuasif.

2) Persuasif

Yaitu berisikan bujukan yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan sikap berubah. Tetapi berubahnya atas kehendak sendiri. Jadi perubahan seperti ini bukan terasa dipaksakan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

c. Fungsi pengiriman (*encoding*) adalah proses untuk mengubah pesan kedalam bentuk yang dioptimasi untuk keperluan penyampaian pesan/data.

d. Media (*channel*), yaitu berupa media, sarana, atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya.

e. Fungsi penerimaan (*decoding*), proses memahami simbol-simbol bahasa (bahasa pesan) yaitu simbol grafis atau huruf-huruf dengan cara mengasosiasikannya atau menghubungkan simbol-simbol dengan bunyi bahasa beserta variasi-variasi yang dilakukan penerima pesan dari penyampai pesan (*receiver, recipient*), yaitu orang yang menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.

f. Respons (*response*) merupakan rangsangan atau stimulus yang timbul sebagai akibat dari perilaku komunikan setelah menerima pesan.

g. Efek (*effect, impact, influence*), memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan. (Hermawan,2012:6)

3. Intensitas Komunikasi

Intensitas komunikasi ialah proses komunikasi yang terjalin dengan melihat kuantitas pada kurun waktu tertentu. Intensitas komunikasi yang efektif lebih menekankan pada kuantitas. Efisiensi waktu dalam menjalin terciptanya intensitas komunikasi menjadi hal yang penting manakala lingkungan mempunyai sentimen negatif terhadap hal yang dianggap baru.

(<http://www.psychologymania.com/2012/12/pengertianintensitaskomunikasi.html>)

Menurut Djamarah, ada beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas komunikasi yaitu :

a. Citra diri dan citra orang lain

Setiap individu memiliki gambaran tertentu tentang dirinya sendiri, dari gambaran yang individu bangun itu sendiri akan menentukan bagaimana ia berbicara, dan penilaiannya terhadap segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya.

Tidak hanya citra diri, citra orang lain juga mempengaruhi cara dan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi. Jadi citra diri dan citra orang lain saling berkaitan satu sama lain.

b. Suasana psikologis

Suasana psikologis disini berkaitan dengan keadaan emosi seorang individu. Komunikasi akan sulit terjadi jika seseorang dalam keadaan sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati, diliputi prasangka, dan suasana psikologis lainnya.

c. Lingkungan fisik

Komunikasi dapat terjadi dimana saja dan kapan saja, dengan cara yang berbeda-beda. Komunikasi yang terjadi dalam keluarga misalnya antara orang tua dengan anak akan jauh berbeda dengan komunikasi yang terjadi di sekolah antara anak dengan teman sebayanya. Begitu juga komunikasi yang terjadi dalam masyarakat juga berbeda-beda. Karena setiap masyarakat memiliki norma sendiri yang harus ditaati, maka komunikasi yang terjadi harus berdasarkan norma yang telah ditetapkan tersebut.

d. Bahasa

Bahasa merupakan salah satu sarana dalam berkomunikasi untuk mengungkapkan pikiran dan isi hati. Namun adakalanya bahasa yang digunakan tidak mampu mewakili apa yang dibicarakan secara tepat (Djamarah, 2014:138-149).

Menurut Devito (2009:23-25) yang dikutip oleh Indrawan, menyatakan bahwa dapat mengukur intensitas komunikasi antar individu dapat ditinjau dari tiga aspek, yaitu:

a. Frekuensi Komunikasi

Frekuensi ini berarti tingkat kekerapan atau keseringan dalam berkomunikasi, tingkat keseringan orang tua dengan anaknya saat melakukan aktivitas komunikasi. Misalkan, tingkat kekerapan melakukan komunikasi disini dilakukan dalam satu minggu 3 kali atau dalam satu bulan sebanyak 4 kali, dan seterusnya.

b. Durasi yang digunakan untuk berkomunikasi

Durasi disini berarti lamanya waktu atau rentang waktu yang digunakan pada saat melakukan aktivitas komunikasi. Lamanya waktu yang digunakan bisa bervariasi, misalkan dalam satu kali bertemu lamanya waktu yang digunakan bisa mencapai 2 jam, atau 3 jam dan atau mungkin bisa lebih dari itu. Dan bisa juga kurang dari 1 jam.

4. Waktu Komunikasi

Pesan komunikasi yang dikirimkan oleh pihak komunikator baik secara verbal maupun non-verbal disesuaikan dengan tempat, dimana proses komunikasi itu berlangsung, kepada siapa pesan itu dikirimkan dan kapan komunikasi itu berlangsung.

Waktu juga mempengaruhi makna terhadap suatu pesan. Misalnya dering telepon pada tengah malam atau dini hari akan dipersepsi lain bila dibandingkan dengan dering telpon pada siang hari. Dering telepon pertama itu mungkin berita sangat penting (darurat), misalnya untuk mengabarkan orang sakit, kecelakaan atau meninggal dunia atau upaya orang jahat untuk mengetes apakah dirumah ada orang atau tidak.

5. Motif Komunikasi

Motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif juga merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Dalam komunikasi ada beberapa motif yang ingin dicapai baik komunikator dan komunikan, antara lain sebagai berikut :

a. Pertemanan

Komunikasi bisa terjalin dengan siapa saja baik kepada orang yang dikenal maupun orang yang belum pernah dikenal sebelumnya, namun untuk melakukan komunikasi secara intens atau mendalam dan terus menerus kita harus menjalin pertemanan terlebih dahulu. Khususnya media sosial *path*, pengguna yang akan mengirim pesan haruslah terlebih dahulu menjadi teman dari pengguna. Lalu, setelah menjalin hubungan pertemanan maka komunikasi di antara pengguna akan terjadi seperti saling mengirim dan mengomentari pesan atau postingan teman, mengetahui lokasi pengguna, melihat foto atau video pengguna dan lain sebagainya.

b. Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri erat kaitannya dengan kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang, ialah kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia khususnya di sosial media. Kita ingin kehadiran kita bukan saja dianggap bilangan, tetapi juga diperhitungkan. Karena itu, bersamaan dengan kebutuhan akan harga diri, orang mencari identitas dirinya. Hilangnya identitas diri akan menimbulkan perilaku patologis (penyakit) : implusif, gelisah, mudah terpengaruh, dan sebagainya (Rakhmat, 2007:39).

B. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication* sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau

komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication* (Wiryanto, 2004:69).

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. (Bungin,2006:71)

2. Proses Komunikasi Massa

Sebagaimana yang telah disinggung di muka, komunikasi massa memiliki proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasinya sangat kompleks dan rumit. Proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

- a. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala yang besar, sekali siaran, pemberitaan yang disebarkan dalam jumlah yang luas, dan diterima oleh massa yang besar pula.
- b. Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Kalau terjadi interaktif diantara mereka, maka proses komunikasi (balik) yang disampaikan oleh komunikan ke komunikator sifatnya sangat terbatas, sehingga tetap saja didominasi oleh komunikator.
- c. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris diantara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara. Kalau terjadi kondisi emosional disebabkan

karena pemberitaan yang agitatif, maka sifatnya sementara dan tidak berlangsung lama dan tidak permanen.

- d. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non pribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin, bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah gerakan massa di jalan.
- e. Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (*market*) di masyarakat. Seperti, televisi dan radio melakukan penyiaran mereka karena adanya kebutuhan masyarakat tentang pemberitaan-pemberitaan massa yang ditunggu-tunggu. Dengan demikian, maka agenda acara televisi dan radio juga sangat ditentukang *rating*, yaitu bagaimana masyarakat menonton atau mendengar acara itu, apabila tidak ada pendengar ataupun pemirsanya, maka acara tersebut akan dihentikan karena dianggap merugi dan tidak disponsori oleh pasar (Bungin, 2006:74).

3. Unsur-Unsur Komunikasi Massa

Adapun unsur-unsur penting yang harus ada dalam komunikasi massa (Bungin, 2006:71) adalah sebagai berikut :

- a. Komunikator, yang dimaksudkan komunikator dalam komunikasi massa adalah pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi ini dengan cepat ditangkap oleh publik.

- b. Media massa, adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.
- c. Informasi (Pesan) massa, adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi.
- d. Gatekeeper, adalah penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau yang tidak disiarkan.
- e. Khalayak (publik), adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.
- f. Umpan balik, umpan balik dalam media massa umumnya bersifat tertunda.

4. Karakteristik Komunikasi Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni seperti diuraikan dibawah ini:

- a. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Meskipun pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial.

b. Komunikasi bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.

Suatu paradoks dari heterogenitas komunikan dalam komunikasi massa, ialah pengelompokan komunikan harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa, terutama jenis khusus dari isi penyiaran, serta mempunyai kesamaan pengertian kebudayaan dan nilai-nilai.

c. Media massa menimbulkan keserampakan

Yang dimaksud dengan keserampakan ialah keserampakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Ada 2 (dua) segi penting mengenai kontak yang berlangsung itu; pertama kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan; kedua keserampakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan-pesan.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum (Effendy, 2003:81).

5. Fungsi Komunikasi Massa

a. Fungsi Pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktivitas preventif untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

b. Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan *guiding* dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat dimana komunikasi massa itu berlangsung. Komunikasi massa dimaksudkan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif, efisien dan menyebar secara bersamaan di masyarakat secara luas. Fungsi komunikasi massa ini merupakan sebuah andil yang dilakukan untuk menutupi kelemahan fungsi-fungsi paedagogi yang dilaksanakan melalui komunikasi tatap muka, dimana karena sifatnya, maka fungsi paedagogi hanya dapat berlangsung secara eksklusif antara individu tertentu saja.

c. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan

kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

d. Fungsi Transformasi Budaya

Fungsi informatif adalah fungsi-fungsi yang bersifat statis, namun fungsi-fungsi lain yang lebih dinamis adalah fungsi transformasi budaya. Komunikasi massa sebagaimana sifat-sifat budaya massa, maka yang terpenting adalah komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa.

Fungsi transformasi budaya ini menjadi sangat penting dan terkait dengan fungsi-fungsi lainnya terutama fungsi *social learning*, akan tetapi fungsi transformasi budaya lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari budaya global. Sebagaimana diketahui bahwa perubahan-perubahan budaya yang disebabkan karena perkembangan telematika menjadi perhatian utama semua masyarakat di dunia, karena selain dapat dimanfaatkan untuk pendidikan juga dapat dipergunakan untuk fungsi-fungsi lainnya, seperti politik, perdagangan, agama, hukum, militer, dan sebagainya. Jadi, tidak dapat dihindari bahwa komunikasi massa memainkan peran penting dalam proses ini dimana hampir semua perkembangan telematika mengikutsertakan proses-proses komunikasi massa terutama dalam proses transformasi budaya.

e. Hiburan

Fungsi lain dari komunikasi adalah hiburan, bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama

karena komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

Transformasi budaya yang dilakukan oleh komunikasi massa mengikutsertakan fungsi hiburan ini sebagai bagian penting dalam fungsi komunikasi massa. Hiburan tidak terlepas dari fungsi media massa itu sendiri dan juga tidak terlepas dari tujuan transformasi budaya. Dengan demikian, maka fungsi hiburan dari komunikasi massa saling mendukung fungsi-fungsi lainnya dalam proses komunikasi massa (Bungin, 2006:79).

6. Efek Komunikasi Massa

Efek dari pesan yang disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh karena itu efek melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis. Mengenai efek komunikasi ini telah disinggung di muka, yakni diklasifikasikan sebagai *efek kognitif (cognitive effect)*, *efek afektif (affective effect)* atau *efek konatif* yang sering disebut *efek behavioral (behavioral effect)*.

Dalam bagian ini akan dibahas mengenai efek komunikasi media massa yang meliputi:

- a. Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya merasa bingung menjadi merasa mengerti dan jelas.

- b. Efek afektif berkaitan dengan perasaan. Akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, menonton televisi atau film bioskop, timbul perasaan tertentu pada khalayak.
- c. Efek konatif bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku, maka sebagaimana disinggung di atas efek konatif sering disebut juga efek behavioral.
- d. Efek sosial berkaitan dengan perubahan pada struktur atau interaksi sosial sebagai akibat kehadiran media massa.
- e. Efek kehadiran media massa juga memberi efek secara pribadi kepada masyarakat. Efek tersebut meliputi perubahan pada penjadwalan kegiatan sehari-hari (Effendy, 2003:318).

7. Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi Massa

Setiap proses komunikasi sudah dapat dipastikan akan menghadapi berbagai hambatan. Baik itu komunikasi antarpribadi, kelompok, organisasi, dan komunikasi lainnya. Sebagai insan akademika yang berkecimpung dalam keilmuan komunikasi, sudah sepatutnya kita mengetahui apa-apa saja yang kemungkinan akan menjadi hambatan dalam proses komunikasi kita. Sehingga, kita dapat mampu mengenali dan mempelajarinya lebih mudah. Seusai mengenali dan mempelajari, kita diharapkan mampu memahami berbagai hambatan dari komunikasi massa. Supaya kita dapat mengantisipasi berbagai hambatan tersebut.

Hambatan dalam komunikasi massa dikelompokkan menjadi tiga hal, yakni psikologis, sosiokultural, dan interaksi verbal. Berikut ini adalah pembahasan mengenai ketiga hal tersebut (Ardianto, 2014:87).

a. Hambatan Psikologis

Alasan mengapa disebut hambatan psikologis karena hambatan tersebut merupakan unsur-unsur dari kegiatan psikis manusia . Terdiri dari subpembahasan yakni kepentingan, prasangka, stereotip, dan motivasi. Pemaparan dari kepentingan adalah bahwa manusia hanya akan memperhatikan stimulus yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Jika tidak ada kepentingan, maka itu akan dilewati begitu saja. Ditambah lagi bahwa komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen. Sangat kompleks sekali karena kita bisa mengelompokkannya dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya. Tentu saja perbedaan itu berpengaruh terhadap kepentingan-kepentingan mereka saat berkomunikasi massa. Karena pada setiap pesan di dalam komunikasi massa akan mendapatkan persepsi yang berbeda-beda dari komunikannya terutama dari segi manfaat atau kegunaannya. Maka, seleksi pun akan secara otomatis terjadi dalam kegiatan komunikasi massa (Ardianto, 2014:89).

Prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau kelompok lain, dan sikap serta perilakunya terhadap mereka. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2003:51). Terdapat faktor fungsional dan faktor struktural yang merupakan penentu dari persepsi. Pada umumnya, prasangka dilakukan oleh suatu kelompok masyarakat

tertentu terhadap kelompok masyarakat lainnya karena perbedaan suku ras dan agama (Ardianto, 2014:92). Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan bagi tercapainya suatu tujuan dalam komunikasi. Prasangka melibatkan emosi yang memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata. Untuk mengatasi hambatan prasangka, komunikator dalam komunikasi massa diharapkan berada di posisi yang netral. Juga harus memiliki reputasi yang baik, artinya dia tidak pernah terlibat dalam suatu perkara yang telah menyakiti sekelompok komunikasi tertentu. Kesimpulannya, komunikator dalam komunikasi massa harus bersikap *acceptable* (Effendy, 2002:44).

Stereotip merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat-sifat dan watak pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif. Stereotip ini merupakan hal yang harus diwaspadai komunikator komunikasi massa. Mengingat apabila dalam proses komunikasi massa ada komunikasi yang memiliki stereotip tertentu pada komunikannya, maka dapat dipastikan pesan apa pun tidak akan bisa diterima oleh komunikasi.

Motivasi komunikasi juga berpengaruh kepada efektivitas komunikasi massa. Saking berpengaruhnya, motivasi lebih dianggap sebagai penghambat dalam proses komunikasi massa. Setiap manusia pada hakikatnya memiliki motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dari dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Kita mengetahui bahwa heterogenitas

manusia membentuk motif yang beraneka ragam dalam kegiatan komunikasi massa. Melihat berbagai motif yang berbeda antara orang perorang, maka identitas tanggapan seseorang terhadap pesan komunikasi pun berbeda sesuai dengan jenis motifnya. Semakin sesuai pesan komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan suatu pesan dalam komunikasi massa yang tidak sesuai dengan motivasinya (Ardianto, 2014: 94).

b. Hambatan Sosiokultural

Tentunya hambatan ini melibatkan lingkungan sosial dan budaya seorang komunikan. Hambatan ini menjadi beberapa aspek, yakni keberagaman etnik, perbedaan norma sosial, kurang mampunya berbahasa, faktor semantik, kurang meratanya pendidikan, dan berbagai hambatan mekanis. Perlu diperhatikan dalam proses pengkajian perbedaan norma sosial adalah hakikat dari norma sosial itu sendiri. Norma sosial merupakan suatu cara, kebiasaan, tata krama dan adat istiadat yang disampaikan secara turun-temurun, yang dapat memberikan petunjuk bagi seseorang untuk bersikap dan bertingkah laku dalam masyarakat. Beragamnya norma sosial yang berlaku di Indonesia harus menjadi perhatian bagi komunikator komunikasi massa. Pasalnya, kemungkinan adanya pertentangan nilai, dalam arti kebiasaan dan adat istiadat yang dianggap baik bagi suatu masyarakat, dan sebaliknya yaitu dianggap tidak baik bagi masyarakat. Solusinya adalah komunikator harus mengaji dengan seksama pada setiap pesan yang akan disebar. Apakah pesan itu melanggar norma sosial tertentu atau tidak? Perlu

adanya kehati-hatian bagi komunikator komunikasi massa karena komunikator yang baik adalah komunikator yang memahami budaya masyarakatnya (Ardianto, 2014:91).

Beragamnya suku bangsa membuat bahasa daerah yang beraneka ragam. Masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mampu berbahasa nasional yaitu Bahasa Indonesia. Sedangkan kita mengetahui bahwa bahasa adalah penghubung pemikiran dan realitas.

Semantik merupakan pengetahuan tentang pengertian atau makna kata yang sebenarnya. Jadi, alasan mengapa semantik dianggap sebagai hambatan dalam proses komunikasi massa terletak pada bahasa yang digunakan oleh komunikator. Hambatan semantis dalam suatu proses komunikasi dapat terjadi dalam beberapa hal: Pertama, komunikator salah mengucapkan kata-kata atau istilah sebagai akibat berbicara terlalu cepat. Kedua, adanya perbedaan makna dan pengertian untuk kata atau istilah yang sama sebagai akibat aspek psikologis. Ketiga, adanya pengertian yang konotatif. Inilah mungkin yang menjadi penghambat yang menjadi penyebab dari berbagai aspek di atas. Yaitu kurang meratanya pendidikan di Indonesia. Mengingat pada jumlah penduduk Indonesia saat ini sudah mencapai 210 Juta jiwa dan tersebar di seluruh pulau dan kepulauan Nusantara.

Ditinjau dari sudut pendidikan, maka tingkat pendidikan di Indonesia belum merata. Adanya kesenjangan pendidikan antara penduduk perkotaan dan pedesaan (misalnya) telah menjadikan penghambat dalam proses komunikasi massa. Heterogenitas komunikator, terutama dalam tingkat pendidikan, akan

menyulitkan komunikator dalam menyusun dan menyampaikan pesan. Masalah akan timbul manakala komunikan yang berpendidikan rendah tidak dapat menerima pesan secara benar karena keterbatasan daya nalarnya atau daya tangkapnya. Komunikator komunikasi massa harus mampu mengantisipasi hal-hal tersebut dengan cara menggunakan tokoh pemuka, penerjemah, dan orang lain yang dianggap mampu mengomunikasikan kembali supaya lebih mudah dicerna oleh masyarakat sasaran.

Hambatan komunikasi lainnya adalah hambatan mekanis. Hambatan mekanis adalah hambatan teknis sebagai konsekuensi penggunaan media massa.

c. Hambatan Interaksi Verbal

Jenis-jenis hambatan interaksi verbal terdiri dari polarisasi, orientasi intensional, evaluasi statis, dan indiskriminasi. Polarisasi merupakan kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrem, seperti baik atau buruk, positif atau negatif, sehat atau sakit, pandai atau bodoh, dan lain-lain. Kita mempunyai kecenderungan kuat untuk melihat titik-titik ekstrem dan mengelompokan manusia, objek, dan kejadian dalam bentuk lawan kata yang ekstrem.

Orientasi intensional mengacu pada kecenderungan kita untuk melihat manusia, objek dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka. Orientasi intensional terjadi bila kita bertindak seakan-akan label adalah lebih penting daripada orangnya sendiri. Dalam proses komunikasi massa, orientasi intensional biasanya dilakukan oleh komunikan terhadap komunikator, bukan sebaliknya. Cara mengatasi orientasi intensional adalah dengan ekstensionalisasi,

yaitu dengan memberikan perhatian utama kita pada manusia, benda, atau kejadian-kejadian di dunia ini sesuai dengan apa yang kita lihat.

Evaluasi statis merupakan resiko yang perlu diketahui komunikator komunikasi massa. Pasalnya, evaluasi ini ditentukan oleh momen pertama proses komunikasi massa. Jika pada saat pertama komunikasi menganggap komunikatornya tidak memiliki sesuatu hal yang baik, maka tanggapan dia akan terus berkelanjutan.

Indiskriminasi terjadi bila kita memusatkan perhatian pada kelompok orang, benda atau kejadian dan tidak mampu melihat bahwa masing-masing bersifat unik atau khas dan perlu diamati secara individual. Indiskriminasi merupakan inti dari stereotip. Jadi, dalam indiskriminasi, jika komunikasi dihadapkan dengan seorang komunikator, reaksi pertama komunikasi itu adalah memasukan komunikator itu ke dalam kategori tertentu, mungkin menurut kebangsaan, agama, atau disiplin ilmu.

C. Perkembangan Komunikasi dan Teknologi Komunikasi

Everett M. Rogers (1986) dalam bukunya *Communication Technology: The New Media in Society*, mengatakan bahwa dalam hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal empat era komunikasi, yaitu: era tulis, era media cetak, era media telekomunikasi, dan era media komunikasi interaktif. Dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal media komputer, *video text*, dan *teletext*, *teleconferencing*, TV kabel dan sebagainya. Sementara itu Sayling Wen (2002) dalam bukunya *Future of the Media*, melihat media dalam konteks yang lebih luas, tidak saja melihat media dalam konsep komunikasi antarpribadi, namun juga

melihat media sebagai medium penyimpanan, selain ia melihat media sebagai medium informasi (Bungin, 2006:111).

Berdasarkan apa yang dijelaskan Rogers itulah, maka masyarakat percaya bahwa perkembangan teknologi media berkembang dimulai dari era media tulis dan letak. Perkembangan media tulis telah lama dikenal masyarakat dan menjadi pertanda permulaan peradaban sebuah bangsa. Umpamanya peradaban Mesir Kuno mulai dikenal sejak tahun 600SM, artinya mulai kira-kira 600 sebelum Masehi atau kira-kira 2605 tahun yang lalu masyarakat Mesir Kuno mulai mengenal budaya tulis kira-kira 3505 tahun lalu.

Kesimpulannya bahwa media tulis berperan unntuk menandakan sebuah kebudayaan mulai dikenal oleh umat manusia dalam bentuk media tulis yang tersimpan dan tersrsip dalam segala bentuk. Beberapa abad kemudian baru masyarakat terbiasa dengan mencetak huruf secara manual yang dilakukan pada gelas, ornament, tembok, kayu, dan sebagainya. Ketika Elegi Gutenberg menemukan mesin cetak pada tahun 1450 barulah muncul sejumlah surat kabar. Teknologi mesin cetak dan era media cetak bertahap cukuplama yaitu sekitar empat abad, baru kemudian radio telegraf di temukan oleh Markis Guglielmo Marconi dan ia mendirikan perusahaan telegraf tanpa kawat pada tahun 1897. Masyarakat secara terbatas mulai mengenal teknologi informasi jarak jauh. Pada saat itu ketika masyarakat diperkenalkan dengan dunia pencitraan yang mulai sempurna, kemudian telegraf dikembangkan oleh Alexander Graham Bell menjadi telepon. Sebenarnya temuan tersebut adalah sebuah pertanda pertama akan

lahirnya era telekomunikasi dengan kemampuan melahirkan teknologi informasi super cepat di mana Alexanderson (1914) menamakannya dengan radio.

Teknologi radio ternyata tak mampu bertahan lama sebagaimana teknologi cetak karena Farnsworth kemudian pada tahun 1927 menemukan televisi, maka dunia pencitraan materi mulai disempurnakan menjadi benar-benar sempurna. Namun penemuan itu tidak bertahan lama, karena akhirnya teknologi digital telepon dapat digabung dengan televisi sehingga lahir komputer yang kemudian berkembang amat sangat cepat. Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diverifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon radio, computer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan Internet.

Menurut *Everett Rogers*, dalam bukunya "*communication Technology*" terdiri dari empat era sebagai berikut:

1. Era komunikasi tulisan (*The Writing Era of Communication*)

Era ini dimulai tahun 4000 sebelum Masehi pada waktu mana bangsa Sumeria menggunakan tablet dari tanah liat, bangsa China menemukan tulisan untuk percetakan buku dan bangsa Korea menemukan alat dari logam yang menggantikan huruf-huruf dari tanah.

2. Era percetakan (*The Printing Era of Communication*)

Era ini dimulai dengan ditemukannya alat percetakan oleh *Gutenberg* pada tahun 1456 ketika untuk pertama kali mencetak kitab Injil. Kemudian pada tahun 1833 dimulainya sirkulasi media massa, *the New York Syn* sebagai "*penny newspaper*". Pada tahun 1839 di mulai fotografi dengan metode praktis dalam surat kabar.

3. Era telekomunikasi (*Telecommunication Era*)

Dalam era ini antara lain tercatat *Samuel Morse* yang pada tahun 1844 untuk pertama kali mengirim pesan secara telegrafis pada tahun 1876 *Alexander Graham Bell* untuk pertama kali mengirimkan pesan secara telefonis pada tahun 1895 *Guglielmo Marconi* mengirimkan pesan melalui radio. Setahun sebelumnya film bioskop untuk pertama kali dipertunjukkan kepada umum, pada tahun 1920 dimulainya radio siaran, sedangkan televisi didemonstrasikan mulai tahun 1933.

4. Era komunikasi interaktif (*Interactive Communication*)

Computer yang dinamakan “*main frame computer*”, “ENIAC” ditemukan di *Universitas Pennsylvania* pada tahun 1946, sedang transistor dan video pita masing-masing ditemukan pada tahun 1947 dan 1956. Pada 1971 ditemukan mikro prosesor, pada tahun 1976 sistem telex dan pada tahun 1979 sistem videoteks yang kesemuanya merupakan produk teknologi elektronik menyempurnakan radio dan televisi yang telah di temukan dekade-dekade sebelumnya (Rogers,1986:25).

D. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena dilihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa

ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya (http://id.wikipedia.org/wiki/media_sosial).

Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri (Meyrowits, 1999, Moores, 2005; Williams, 2003). Proses terjadinya komunikasi memerlukan 3 (tiga) hal, yaitu objek, organ, dan medium. Saat menyaksikan sebuah program di televisi, televisi adalah objek dan mata adalah organ. Perantara antara televisi dan mata adalah gambar atau visual. Contoh sederhana ini membuktikan bahwa media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi (Nasrullah, 2015:3).

Kata “sosial” dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuchs (2014) ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Ada pertanyaan dasar, seperti apakah individu itu adalah manusia yang selalu berkarakter sosial atau individu itu baru dikatakan sosial ketika ia secara sadar melakukan interaksi. Bahkan, dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan (Nasrullah, 2015:6).

Menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relation*). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual (Weber,

1978:26 dalam Fuchs, 2014:39). Namun, diperlukan simbol-simbol yang bermakna diantara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut.

Menurut Tonnies, sosial merujuk pada kata “komunitas” (*community*). Menurutnya, eksistensi dari komunitas merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas itu bahwa mereka saling memiliki dan afirmasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain (dalam Fuchs, 2014:40). Komunitas baru bisa terjadi jika kebersamaan yang ada diantara anggota komunitas itu memiliki kesepakatan akan nilai-nilai dan yang lebih penting adalah keinginan untuk bersama (Nasrullah, 2015:7).

Media sosial menurut Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Dari beberapa defenisi atau pernyataan tersebut, disimpulkan bahwa defenisi media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama,berbagi,

berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:11).

2. Karakteristik Media Sosial

Adapun karakteristik media sosial yaitu :

a. Jaringan (*Network*)

Kata jaringan (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data. Akan tetapi, kata ini berkembang dari sekedar istilah yang digunakan dalam teknologi komputer menjadi istilah yang akrab digunakan dalam kajian budaya maupun sosial (Nasrullah, 2015:16).

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial karena tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi (Nasrullah, 2015:19).

c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Konsekuensi kunci dalam perkembangan (teknologi informasi) bahwa kehidupan sehari-hari maupun rutinitas menemukan saluran

untuk diarsipkan secara digital sebagai rekaman seseorang dan bagaimana mereka membagikan hari demi hari kehidupannya (Nasrullah, 2015:22).

d. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda seperti *like* dan lain sebagainya (Nasrullah, 2015:25).

e. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.

Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri. Realitas media merupakan hasil proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah diproduksi dan direproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri yang terkadang apa yang direpresentasikan berbeda atau malah bertolak belakang.

f. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content (UGC)*. Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

3. Manfaat Media Sosial

Media memiliki dampak positif dan negatif bagi penggunanya, yaitu sebagai berikut :

a. Dampak Positif

Dampak positif media sosial antara lain lain :

1) Kemampuan Beradaptasi

Dengan jejaring sosial siswa akan mampu belajar cara mengembangkan kemampuan teknis dan sosial yang dibutuhkan mereka dalam menghadapi era digital sekarang ini. Mereka akan menemukan cara beradaptasi dan bersosialisasi dengan sahabatnya di jejaring sosial, serta kemampuan manajemen pertemanan mereka.

2) Perluasan Jaringan Pertemanan

Dengan jejaring sosial para siswa bisa menambah jaringan pertemanannya tanpa harus bertemu langsung sehingga mereka dengan mudah menciptakan suatu komunitas yang bermanfaat bagi mereka, entah itu dalam diskusi pelajaran maupun hal-hal lain yang bisa memberikan kontribusi positif bagi mereka para siswa.

3) Termotivasi

Dengan terbentuknya komunitas pertemanan yang luas, ini akan mampu memotivasi para siswa dalam mengembangkan diri dari materi atau masukan teman-teman baru mereka yang terhubung secara online.

4) Meningkatkan Kepedulian

Saling sapa didalam situs jejaring sosial secara perlahan akan meningkatkan kualitas persahabatan, perhatian dan empati sesama teman yang saling terhubung secara online. Sapaan kepada teman lainnya membuat teman yang disapa merasa diperhatikan, berbagi photo, berbagi video, berbagi cerita, ini akan meningkatkan rasa kepedulian satu sama lain walaupun mereka tidak pernah bertemu secara nyata. Bentuk-bentuk perhatian seperti ini mampu mempererat tali persahabatan diantara teman dalam jejaring sosial maka secara alami mereka akan menjaga kualitas pertemanan mereka. Hal yang sederhana namun memberikan efek yang sangat baik dalam membentuk suatu komunitas yang saling menjaga persahabatan sesama teman.

b. Dampak negatif

Dampak negatif media sosial antara lain lain :

- 1) Susah bersosialisasi dengan orang sekitar. Ini disebabkan karena pengguna sosial media menjadi malas belajar berkomunikasi secara nyata. Hal ini memang benar sekali, karena saya mempunyai teman yang sangat aktif di sosial media, dia selalu memposting apa saja yang sedang dia kerjakan, namun keadaan yang berbeda 180 derajat jika bertemu secara nyata. Orang

yang aktif di soaial media, jika bertemu langsung nyatanya adalah orang yang pendiam dan tidak banyak bergaul.

- 2) Situs sosial media akan membuat seseorang lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan sekitar mereka, karena kebanyakan menghabiskan waktu di internet. Pernahkah kalian jalan-jalan atau bepergian dengan seseorang, tetapi orang yang kalian ajak jalan malah asik dengan ponsel dan sosial medianya sendiri.
- 3) Tertinggal dan terlupakannya bahasa formal. Karena pengguna sosial media lebih sering menggunakan bahasa informal dalam kesehariannya, sehingga aturan bahasa formal mereka menjadi terlupakan.
- 4) Mengurangi kinerja. Karyawan perusahaan, pelajar, siswa yang bermain media sosial pada saat sedang mengerjakan pekerjaannya akan mengurangi waktu kerja dan waktu belajar mereka.
- 5) Berkurangnya privasi pribadi. Dalam sosial media kita bebas menuliskan dan men-share apa saja, Sering kali tanpa sadar kita mempublish hal yang seharusnya tidak perlu disampaikan ke lingkup sosial.
- 6) Kejahatan dunia maya. Kejahatan dikenal dengan nama *cyber crime*. Kejahatan dunia maya sangatlah beragam. Diantaranya : carding, hacking, cracking, phising, dan spamming.
- 7) Pornografi. Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela. Terkadang seseorang memposting foto yang seharusnya menjadi privasi dia sendiri di sosial media, hal ini sangat

berbahaya karena bisa jadi foto yang hanya di postingnya di sosial media disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

E. Internet

1. Pengertian Internet

Interconnection network (internet) adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung. Internet berasal dari bahasa latin "inter" yang berarti "antara". Internet merupakan jaringan yang terdiri dari milyaran komputer yang ada di seluruh dunia. Internet melibatkan berbagai jenis komputer serta topology jaringan yang berbeda. Dalam mengatur integrasi dan komunikasi jaringan, digunakan standar protokol internet yaitu TCP/IP. TCP bertugas untuk memastikan bahwa semua hubungan bekerja dengan baik, sedangkan IP bertugas untuk mentransmisikan paket data dari satu komputer ke komputer lainnya.

2. Sejarah Internet

Sejarah internet awalnya berasal dari proyek ARPA yang dibentuk tahun 1969 oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat. Proyek ini kemudian dikenal dengan ARPANET (Advanced Research Project Agency Network) yang melakukan riset tentang cara menghubungkan komputer satu dengan komputer lainnya agar bisa saling berkomunikasi. Pada tahun 1970, proyek ini berhasil menghubungkan lebih dari 10 komputer dalam bentuk jaringan, dan beberapa tahun kemudian, hasil riset proyek ini dikembangkan di luar Amerika. Karena jumlah komputer yang terhubung semakin banyak, maka pada tahun 1980 dibuatlah protokol resmi yang dikenal dengan TCP/IP (Transmission Control

Protocol/Internet Protocol). (<http://www.termasmedia.com/65-pengertian/71-pengertian-internet.html>).

F. *Path*

1. Pengertian dan Sejarah *Path*

Path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada telepon pintar yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Penggunaan dari *Path* ditargetkan untuk menjadi tempat tersendiri untuk pengguna berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat. Dave Morin, salah satu dari pendiri *Path* dan CEO dari perusahaan tersebut berkata: “Yang menjadi visi utama kami adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu.” Perusahaan ini berawal dengan aplikasi pada iPhone dan juga website lalu merilis versi Android kemudian. Perusahaan ini berkompetisi dengan jejaring sosial lainnya seperti Instagram.

Berpusat di San Fransisco, California, perusahaan ini didirikan oleh Shawn Fanning dan mantan Eksekutif dari Facebook, Dave Morrin. *Path* didirikan dengan tujuan membuat sebuah jurnal yang interaktif bagi penggunanya.

Dikutip dari situs resminya, *Path* mulai berkiprah pada November 2010, berarti sampai dengan Desember 2015 ini *Path* sudah menjalani karir lebih dari 5 tahun. Awal mulanya, *Path* yang bermarkas di San Fransisco terdiri dari sebuah tim kecil yang dinahkodai oleh Shawn Fanning dan Dave Morin. Memulai petualangannya di *platform* iOS, *Path* tak gentar bersaing dengan sejumlah layanan yang lebih tenar seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Pinterest. Mengusung

nilai-nilai “simplicity, quality dan privacy”, *Path* melesat cepat dan menjadi salah satu kandidat kuat rival pemain-pemain besar tersebut.

Di bulan November 2010, *Path* memperoleh dana segar dari alumni Facebook termasuk Marc Bodnick, kemudian disusul oleh aktor papan atas Ashton Kucher, dan pada bulan Februari 2011 *Path* memperoleh investasi sebesar \$8,5 juta dari Kleiner Perkins Caufield & Byers, Index Ventures dan Digital Garage of Japan.

Mempunyai modal yang sudah sangat kokoh, *Path* dirilis ulang pada bulan November 2011 dengan sejumlah fitur tambahan. Per Desember 2011, *Path* mencatatkan peningkatan pengguna dari 30.000 ke 300.000 orang hanya dalam waktu 4 bulan. Kini pengguna *Path* telah tersebar di berbagai dunia, di mana Indonesia menyumbangkan angka pengguna paling besar, dengan jumlah sebanyak 4 juta pengguna dari total 10 juta pengguna aktif *Path*. Tak heran bila Bakrie Group ikut menanamkan investasinya ke *Path* pada awal tahun lalu. Namun pada 28 Mei 2015, *Path* berada di bawah bendera baru setelah menerima pinangan Daum Kakao. Berdasarkan informasi terbaru, Daum Kakao berencana mengutilisasi layanan media sosial *Path* untuk merealisasikan rencana ekspansi bank berbasis Internetnya di Indonesia.

Penggunaan *Path* berbeda dari jejaring sosial lainnya di mana hanya pengguna yang telah disetujui yang dapat mengakses halaman *Path* seseorang. Status privasi dari aplikasi ini menjadikan *Path* lebih eksklusif dari berbagai jejaring sosial yang ada. *Path* dapat digunakan di iPhone, iPad, iPod Touch,

dan Android versi apapun. Aplikasi ini tersebar melalui Apple Application Store dan berbagai situs aplikasi lainnya (<http://wikipedia.org/wiki/path>).

2. Fitur-fitur *Path*

a. Fitur Profil

Fitur profil memungkinkan pengguna *Path* untuk mengatur tampilan dari halaman *Path*. Selain dapat mengubah gambar yang menjadi gambar profil, pengguna juga dapat mengubah gambar dari latar belakang halaman *Path* pengguna. Selain mengubah gambar, pengguna juga dapat menyambungkan setiap momen yang diunggah. *Path* dapat mengunggah momen dari pengguna ke dalam beberapa jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter dan lain-lain.

b. Belanja

Fitur belanja merupakan fitur terbaru yang diluncurkan oleh *Path* yang memungkinkan pengguna untuk mengunduh stiker yang dapat digunakan dalam mengirim pesan. Selain stiker, fitur belanja juga menyediakan beberapa pilihan saringan untuk foto dan video. Setiap stiker dan filter yang tersedia dalam fitur ini merupakan produk berbayar.

c. Mengunggah Foto dan Video

Fitur lain dari *Path* adalah foto dan video di mana pengguna dapat mengunggah foto dan juga video untuk berbagi dengan pengguna lain. Proses pengunggahan foto dapat melalui proses edit terlebih dahulu dengan filter foto yang tersedia. Untuk unggahan video, pengguna dapat mengunggah video yang ada dengan batas waktu tertentu. Mengunggah foto dan video dapat dilakukan

dengan mengambil data yang tersedia di dalam telepon seluler ataupun mengambil foto dan video baru.

d. Mengunggah Lokasi

Path memungkinkan pengguna untuk membagikan lokasi berada dengan pengguna lain. Fitur ini dapat tersambung dengan jejaring sosial Foursquare apabila pengguna memiliki akun di jejaring sosial tersebut. Penandaan lokasi dilakukan dengan GPS yang terdapat di dalam telepon seluler pengguna dan mengakses data dari lokasi yang tersedia melalui Foursquare.

e. Musik, Film, Buku

Pengguna *Path* dapat membagikan musik yang sedang mereka dengar, film yang sedang ditonton, atau buku yang sedang dibaca oleh pengguna sendiri kepada pengguna lainnya. Data dari musik, film, dan buku dapat diambil dari arsip *Path* sendiri. Pengguna terlebih dahulu mencari judul dari lagu, film, dan buku yang diinginkan dan kemudian dipilih untuk dibagikan dengan pengguna lain.

f. Mengunggah Status

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah status yang diinginkan dengan menggunakan huruf serta emoticon yang ada. Fitur-fitur *Path* ini dapat dilakukan secara bersamaan dalam satu post.

g. Tidur

Fitur ini menandakan bahwa si pengguna sedang tidur dan dapat menghitung jangka waktu dari saat tombol tidur ditekan sampai tombol bangun

ditekan kemudian. Pada saat mode tidur sedang aktif, pengguna tidak dapat mengakses halaman *Path* sebelum tombol bangun ditekan. Apabila pengguna mengaktifkan fitur ini maka akan muncul status tidur di halaman pengguna sendiri dan pengguna lainnya. Demikian pula halnya apabila tombol bangun ditekan kemudian.

h. Mengirim Pesan Kepada Pengguna Lain

Fitur ini merupakan salah satu fitur terbaru *Path* di mana pengguna dapat mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna lain. Pengguna yang akan menerima pesan haruslah terlebih dahulu menjadi teman dari pengguna. Pesan pribadi ini dapat menggunakan huruf, emoticon maupun stiker yang dapat didapatkan dari fitur belanja.

i. Komentar

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah komentar untuk setiap momen dari pengguna lain yang telah menjadi teman. Fitur komentar dapat digunakan untuk setiap jenis momen yang ada seperti foto, status, musik, dll.

j. Emosi

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyatakan emosi yang merupakan tanggapan dari setiap momen pengguna lain. Emosi yang dapat dipilih adalah “senyum”, “berkerut”, “terkejut”, “tertawa”, dan “suka”. Setiap emosi yang dipilih oleh pengguna lain atas momen yang diunggah akan terlihat pada momen tersebut.

k. Terlihat

Fitur ini memberikan pengguna informasi atas berapa banyak dari pengguna lain yang telah melihat momen yang diunggah pengguna. Setiap pengguna yang telah melihat momen yang diunggah akan terlihat di bagian khusus dan dapat diakses oleh setiap pengguna ([http://id.wikipedia.org/wiki/Path-\(jejaring_sosial\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Path-(jejaring_sosial))).

G. Teori Media Sosial

Media sosial memerlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet. Dan juga dalam pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat. (Nasrullah, 2015:8)

Berdasarkan teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Beberapa pendekatan teori-teori sosial yang terkait dengan media sosial yaitu;

1. Teori Struktural (Menurut Emilie Durkheim)

Fakta-fakta sosial merupakan sesuatu yang tetap dan berstruktur sosial yang objektif dari kondisi kebiasaan-kebiasaan sosial yang konstan.

2. Teori Aksi Sosial (Menurut Max Weber)

Perilaku sosial merupakan timbal-balik dari interaksi sosial.

3. Teori Kerja Sama Sosial (Menurut Tonnies)

Komunitas merupakan system sosial yang berdasarkan kesamaan rasa (kepemilikan), saling membutuhkan, dan terdapat nilai-nilai. Menurut Marx,

makna sosial adalah kerja sama di antara berbagai individu untuk menghasilkan barang secara kolektif dan karenanya harus dimiliki secara kooperatif.

Dengan demikian, bisa dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya terbentuk dari tiga pendekatan teori-teori sosial yang merujuk makna bersosial yaitu pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communication*), dan kerja sama (*cooperation*). (Nasrullah, 2015:8-13)

BAB III

METODE PENELITIAN

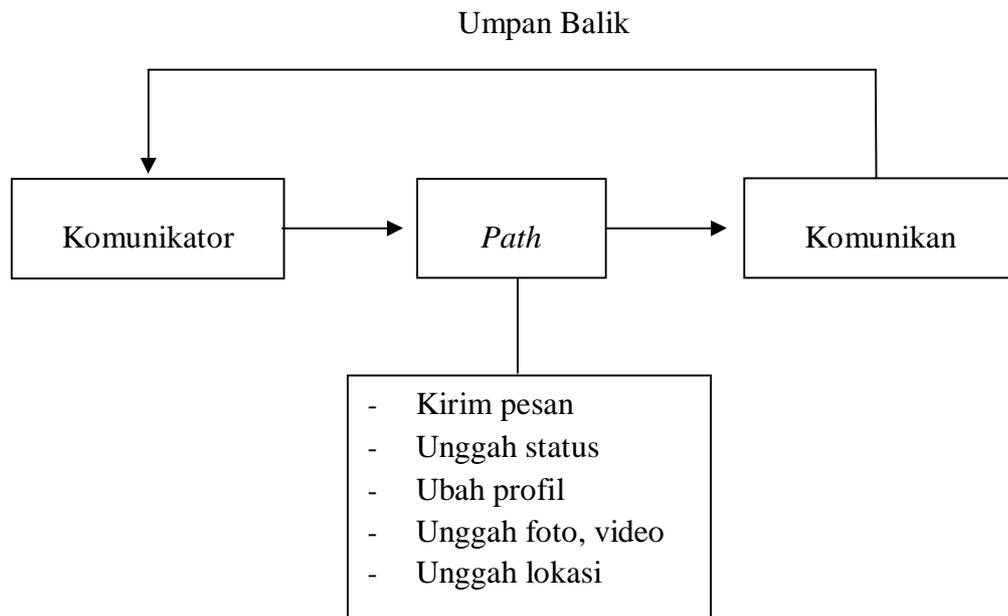
A. Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan secara intens situasi yang terjadi pada objek penelitian. Penelitian kualitatif dari sisi definisi dikemukakan bahwa hal itu merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. (Moleong, 2007:5)

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian ini adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013:2).

B. Kerangka Konsep

Kerangka konsep menurut Nawawi (2005:112) mengemukakan bahwa setelah sejumlah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan kerangka konsep sebagai hasil penelitian yang akan tercapai. Gambar kerangka konsep dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1.1

C. Defenisi Konsep

Secara umum dapat dikatakan bahwa konsep mengungkap pentingnya suatu fenomena. Agar fenomena yang dimaksud jelas bagi pengamat dan dapat dikaji secara sistematis, maka fenomena tersebut harus diisolasi dari interaksi dengan fenomena yang lain pada suatu saat tertentu. (Zamroni, 1988:99).

Konsep dibangun dari defenisi. Suatu defenisi adalah terminologi, seperti kalimat, symbol, atau rumus matematik, yang menunjukkan fenomena sebagaimana dimaksudkan oleh konsep. (Ardial, 2014:55). Maka konsep-konsep yang terkait dengan penelitian ini adalah :

1. Internet merupakan hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP.

2. Teknologi komunikasi merupakan perluasan dari ilmu komunikasi dengan basis teknologi seperti wireless, internet, faxmile, computer dan sebagainya. Teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya.
3. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, pola artinya adalah gambar, corak, model, sistem, cara kerja, bentuk, dan struktur.
4. Komunikasi merupakan proses berbagi, bertukar informasi, pengalaman dan perasaan melalui pesan-pesan (*messages*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan melalui media terutama media *path*.
5. Pengguna yang dimaksud disini adalah komunikator atau penyampai pesan dan komunikan atau penerima pesan yang memiliki akun *path*.
6. Media sosial merupakan media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (isi) berupa profil, foto, video, status, lokasi dan lain sebagainya.
7. *Path* adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada telepon pintar yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi gambar dan juga pesan melalui fitur-fitur yang memperlihatkan kegiatan atau aktivitas yang sedang dijalankan dalam kehidupan sehari-hari ataupun untuk momen yang dianggap khusus.

D. Kategorisasi

Untuk menjelaskan konsep dalam penelitian ini, maka akan dijelaskan dalam kategorisasi.

Tabel 1.1

Konsep	Kategorisasi
Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media <i>Path</i> di SMP Harapan Mandiri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Intensitas Komunikasi <ol style="list-style-type: none"> a. Frekuensi b. Durasi 2. Pesan (Isi Pesan) <ol style="list-style-type: none"> a. Verbal <ul style="list-style-type: none"> - Informatif - Persuasif b. Non Verbal <ul style="list-style-type: none"> - Informatif - Persuasif 3. Waktu 4. Motif <ol style="list-style-type: none"> a. Pertemanan b. Aktualisasi diri

E. Informan atau Narasumber

Narasumber adalah orang yang memberi, mengetahui secara jelas yang menjadi sumber informasi di tempat penelitian. Adapun yang menjadi Informan atau Narasumber dalam penelitian ini adalah 4 (empat) orang Siswa Kelas IX – A yang berperan sebagai Pengurus Kelas di SMP Harapan Mandiri Medan dimana informan atau narasumber dapat memberikan penjelasan atau jawaban atas pertanyaan yang diajukan peneliti dan diharapkan sangat membantu peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik. Selanjutnya, apabila peneliti merasa informasi yang diperoleh belum memadai untuk penelitian yang dilakukan maka kemungkinan peneliti akan menambah informan atau narasumber sampai memperoleh informasi yang bisa membantu untuk penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan menggunakan sumber data *primer* dan sumber data *sekunder*. (Sugiyono, 2013: 224-225) yaitu :

1. Sumber data *Primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

a. Wawancara Mendalam (*in depth interview*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai, dan dapat juga secara tidak langsung.

b. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2013:240)

2. Sumber data *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2013:225)

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, sehingga teknik analisis data kualitatif yang digunakan belum ada polanya yang jelas (Sugiyono, 2013:243).

Huberman dan Miles, mengajukan model analisis data yang disebutnya sebagai model interaktif. Model Interaktif ini terdiri dari: tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Kegiatan tersebut merupakan suatu proses sambung-menyambung pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan yang disebut analisis (Sugiyono, 2013:245).

a. Tahap pengumpulan data

Mengumpulkan data dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan.

b. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses merangkum data-data yang telah dikumpulkan dilapangan selama waktu penelitian. Data-data yang diperlukan dan berhubungan dengan permasalahan akan dipilih, sementara yang tidak diperlukan akan dipisahkan oleh peneliti.

c. Penyajian data

Penyajian data yaitu melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan, dan disusun ke dalam bentuk teks yang diperluas.

d. Kesimpulan/Verifikasi

Pada tahapan ini peneliti akan melakukan interpretasi data sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Interpretasi data akan menjawab pertanyaan yang diajukan pada rumusan masalah. Tahapan ini akan menghubungkan antara seluruh data, fakta dan informasi yang ditemukan dengan nalar peneliti.

H. Deskriptif Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di SMP Harapan Mandiri Medan yang terletak di Jalan Brigjend Zein Hamid No. 40 Medan Kelurahan Titi Kuning Kecamatan Medan Johor. Sekolah ini terletak sangat strategis di depan jalan besar dan dikelilinginya banyak ruko-ruko.

SMP Harapan Mandiri Medan adalah sekolah dengan gedung yang megah dan jika kita melihat ke dalam sekolahnya. SMP Harapan Mandiri Medan terkenal karena disiplinnya yang kuat. Karyawan, guru-guru dan siswa-siswanya diterapkan disiplin yang ketat dan harus mau mengikuti semua peraturan-peraturan yang ada di SMP Harapan Mandiri Medan. Siswa-siswa yang melanggar peraturan dengan sengaja ataupun tidak sengaja akan menerima sanksi yang tegas.

A. Visi SMP Harapan Mandiri Medan

Profesionalisme mencapai mutu unggulan

SMP Harapan Mandiri Medan memilih visi ini untuk tujuan jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek. Visi ini menjiwai warga sekolah untuk selalu mewujudkannya setiap saat dan berkelanjutan dalam mencapai tujuan sekolah.

Visi tersebut mencerminkan profil dan cita-cita sekolah yang :

- a. Berorientasi ke depan dengan memperhatikan potensi kekinian
- b. Sesuai dengan norma dan harapan masyarakat
- c. Ingin mencapai keunggulan

- d. Mendorong semangat dan komitmen seluruh warga sekolah
- e. Mengarahkan langkah-langkah strategis (misi) sekolah

B. Misi SMP Harapan Mandiri Medan

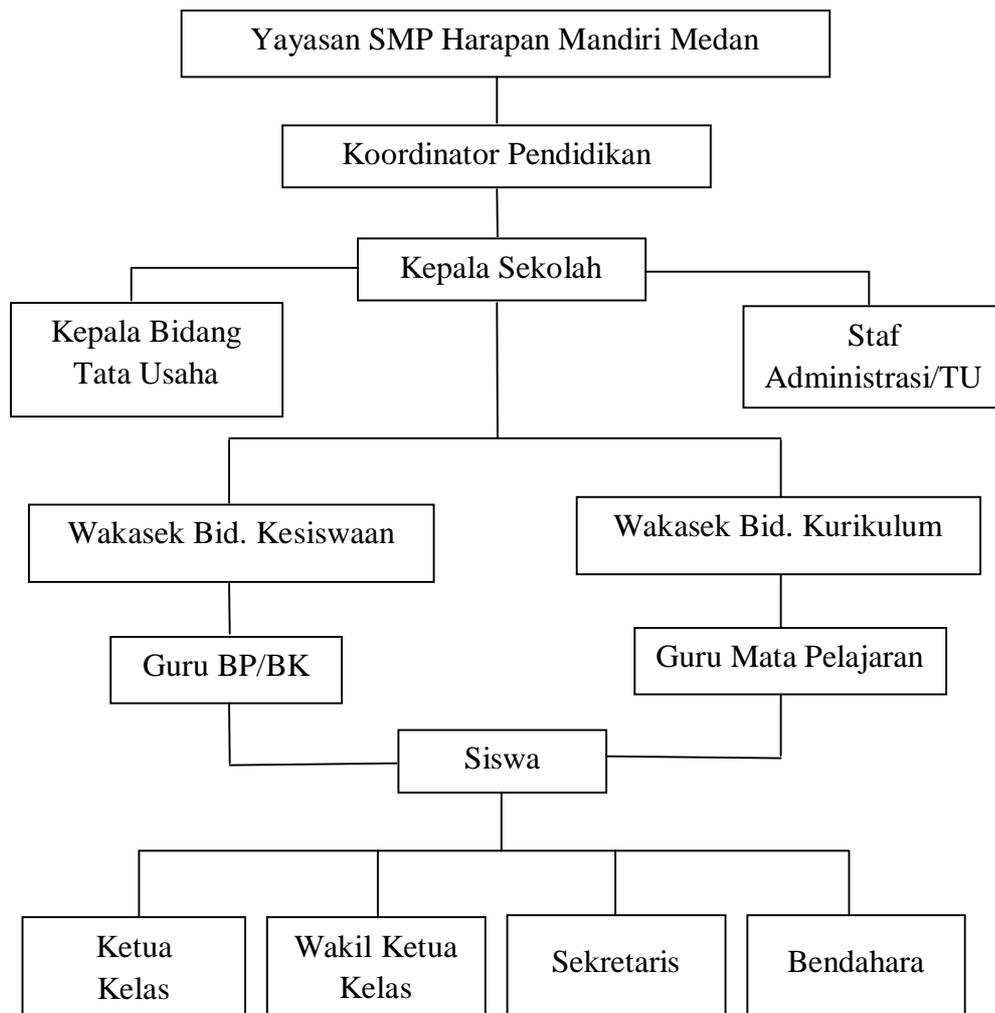
Mitra Pemerintah Dalam Membangun Bangsa

Disetiap kerja komunitas pendidikan, SMP Harapan Mandiri Medan selalu menumbuhkan disiplin sesuai aturan bidang kerja masing-masing, saling menghormati dan saling percaya dan tetap menjaga hubungan yang harmonis dengan berdasarkan pelayanan yang prima, kerjasama dan silaturahmi. Penjabaran di atas meliputi:

1. Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif sehingga setiap siswa berkembang secara optimal, sesuai dengan potensi diri yang dimilikinya.
2. Menumbuhkan semangat keunggulan secara intensif kepada seluruh warga sekolah.
3. Mendorong dan membantu setiap siswa untuk mengenali potensi diri, sehingga dapat berkembang secara optimal.
4. Menumbuhkan dan mendorong keunggulan dalam penerapan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.
5. Menumbuhkan penghayatan terhadap ajaran agama yang dianut dan budaya bangsa sehingga terbangun siswa yang kompeten dan berakhlak mulia.
6. Mendorong lulusan yang berkualitas, berpotensi, berakhlak tinggi, dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.

C. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi SMP Harapan Mandiri Medan akan ditunjukkan melalui gambar berikut:



Gambar 2.1

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian diadakan tanggal 07 s/d 21 Maret 2017 pada saat jam siswa pulang sekolah pukul 12.30 WIB.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data melalui proses wawancara yang disebut data primer, yaitu suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut adalah pewawancara, responden, topik yang tertuang dalam pertanyaan dan situasi wawancara dimana hasil wawancara akan dideskriptifkan berdasarkan jawaban responden. Untuk proses wawancara tersebut peneliti membuat 14 pertanyaan.

Selain data primer, peneliti juga mengumpulkan data yang diperoleh dari buku, tulisan-tulisan dan referensi lainnya yang mempunyai relevansi langsung terkait dengan Pola Komunikasi Pengguna Sosial Media *Path* di SMP Harapan Mandiri Medan, yaitu disebut dengan data sekunder.

Peneliti menetapkan 4 (empat) narasumber yaitu saudara Ero Novalino Hutabarat (Laki-laki) sebagai Ketua Kelas, Reyvanza Adliva (Laki-laki) sebagai Wakil Ketua Kelas, Emiea Aneldra (Perempuan) sebagai Sekretaris dan Nadilla Pratiwi sebagai Bendahara Kelas IX – A SMP Harapan Mandiri Medan.

Berikut adalah data narasumber tersebut :

1. Nama Lengkap : Ero Novalino Hutabarat
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 15 tahun

- Jabatan : Ketua Kelas
2. Nama Lengkap : Reyvanza Adliva
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Usia : 15 tahun
- Jabatan : Wakil Ketua Kelas
3. Nama Lengkap : Emiea Aneldra
- Jeni Kelamin : Perempuan
- Usia : 14 tahun
- Jabatan : Sekretaris
4. Nama Lengkap : Nadilla Pratiwi
- Jeni Kelamin : Perempuan
- Usia : 15 tahun
- Jabatan : Bendahara

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti di lapangan, maka dapat dianalisa satu persatu tentang jawaban dari narasumber sehingga diperoleh data sebagai berikut :

1. Intensitas Komunikasi

Menurut Ero Novalino Hutabarat, Ketua Kelas IX – A sebagai narasumber, ia sudah lama menggunakan media sosial *path* yakni sejak ia masih duduk di kelas VII (tujuh). Ia menggunakan media sosial *path* sejak pertama kali orang tua memberikan izin kepadanya untuk menggunakan handphone dan memperbolehkan untuk memiliki akun media sosial apa saja jika tidak

mengganggu aktivitas belajar saya. Dan ia memainkan *path* setelah aktivitas belajar di sekolah selesai dan pulang sekolah dan pada malam hari setelah selesai mengerjakan pekerjaan rumah (PR) selama satu jam lebih di hari sekolah dan saat liburan ia sering menggunakan *path* untuk mengupdate kegiatan yang ia lakukan.

Menurut Reyvanza Adliva, Wakil Ketua Kelas IX – A sebagai narasumber, ia menggunakan *path* sejak duduk di kelas VIII (Delapan) dikarenakan ia baru mengetahui bahwa media sosial *path* rupanya memiliki fitur aplikasi yang lengkap dibandingkan media sosial lainnya. Ia memainkan media sosial *path* biasanya di waktu senggang apabila tidak ada kegiatan setelah pulang sekolah dan menjelang waktu tidur dengan durasi yang tidak teratur tergantung dari banyak atau tidaknya pemberitahuan (notifikasi) dan kiriman teman *path* di berandanya. Namun saat hari sekolah libur, ia sesering mungkin menggunakan *path* karena diberi kebebasan lebih oleh orang tua saat libur sekolah.

Menurut Emiea Aneldra, Sekretaris Kelas IX – A sebagai narasumber, ia menggunakan media sosial *path* sejak duduk teman sekelasnya banyak yang menggunakan *path* sekitar naik kelas VII (tujuh) semester dua. Ia memainkan media sosial *path* setelah pulang dari kegiatan les di luar sekolah karena orangtuanya memperbolehkan memegang handphone saat sore hari setelah selesai aktivitas belajar di sekolah maupun di les luar sekolah. Ia memainkan media sosial *path* selama satu jam sampai dua jam sehari. Apabila saat libur sekolah, di hari minggu ia memainkan *path* lebih lama untuk mengepost status, musik dan kegiatan yang sedang dilakukannya.

Menurut Nadilla Pratiwi, Bendahara Kelas IX – A sebagai narasumber, ia menggunakan media sosial *path* sudah satu tahun lebih. Ia menggunakan *path* untuk mengepost segala kegiatan yang dilakukannya karena ia hobi untuk mempublikasikan kegiatannya di media sosial. Ia memainkan media sosial *path* dengan frekuensi dan durasi yang tidak teratur setiap hari tergantung dari kegiatan yang dilakukan.

2. Pesan (Isi pesan)

Menurut Ero, pesan yang disampaikan melalui *path* yang berupa informasi yang mungkin bermanfaat terhadap orang lain. Adapun informasi yang dibagikan Ero di *path* yaitu informasi tentang makanan di restaurant atau cafe yang dikunjungi oleh ia dan keluarganya berupa foto atau video saat liburan atau jalan-jalan. Ketika ia merasa makanan itu enak dan tempatnya nyaman, ia juga menyampaikan pesan berupa persuasif untuk mempromosikan tempat makanan yang enak itu tanpa diminta atau disuruh oleh pemilik atau penjaga restaurant atau kafe tersebut.

Selain itu, ia juga rutin mengubah gambar profil dan latar belakang halaman *path* miliknya. Ia juga mengatakan sering mengunggah moment yang menjadi kegiatan sehari-harinya maupun saat liburan bersama keluarga atau *hangout* bersama teman-teman. Mengunggah lokasi adalah fitur yang paling sering dilakukannya di media sosial *path*. Pesan yang disampaikan Ero berupa informatif dan persuasif berbentuk verbal dan non verbal. Pesan verbal yang disampaikan Ero menggunakan kata-kata yang lebih simple dan beberapa kali

menggunakan bahasa gaul. Pesan non verbal yang disampaikan dalam bentuk emoticon yang banyak pilihannya di *path* sesuai dengan keinginan kita.

Menurut Reyvanza, pesan yang disampaikannya di media sosial *path* berupa informasi musik yang sering didengarkannya dan film yang sering ditontonnya. Mendengar musik dan menonton film merupakan hobinya sehingga ia sering membagikan moment musik yang didengar dan film yang ditonton di media sosial *path*. Reyvanza biasanya selalu membagikan musik dan film yang menjadi *favorit* nya. Agar semakin menarik dilihat oleh teman *path*nya, ia sering juga menambahkan caption dengan bahasa yang asyik untuk dibaca oleh pengguna *path* lainnya, dan secara tidak langsung teman *path*nya menjadi berminat untuk memutar lagu yang dibagikan di *path*nya. Apalagi bila musik itu sedang *hits* nya, maka musik yang dibagikan Reyvanza bisa menjadi referensi musik atau lagu bagi pengguna *path* lainnya.

Ia juga sering menggunakan fitur pesan sebagai fasilitas *chat* di *path*nya untuk mengobrol tentang apa saja yang ingin dibahas dengan teman *path*nya. Pesan yang digunakan Reyvanza saat *chat* biasanya berbentuk verbal karena menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan jarang menggunakan lambang seperti emoticon karena emoticon hanya digunakannya saat waktu tertentu saja seperti ekspresinya saat mendengarkan sebuah musik atau lagu, apakah musik itu bernuansa senang atau bahkan sedih atau bahasa gaulnya “galau”.

Menurut Emiea, pesan yang disampaikannya melalui media sosial *path* berupa informasi lokasi yang ia kunjungi bersama keluarga maupun teman-teman. Penandaan lokasi dilakukan dengan GPS yang terdapat di dalam telepon selular

pengguna *path* dan mengakses data dari lokasi yang tersedia melalui Foursquare. Selain mengunggah lokasi berada miliknya, Emiea juga kerap kali mengunggah foto selfie dan video apabila sedang *hangout* bersama teman-teman dan keluarganya saat liburan. Sebelum mengunggah foto, ia terlebih dahulu mengedit foto dengan filter foto yang tersedia. Untuk mengunggah video, dibatasi dengan batas waktu tertentu sesuai kebijakan dari aplikasi *path*. Saat mengunggah foto atau video, ia juga menambahkan caption emoticon sesuai dengan situasi foto yang diunggahnya.

Selain mengunggah lokasi, foto dan video, Emiea juga sesekali menggunakan fitur belanja untuk mengunduh stiker yang dapat digunakan untuk mengirim pesan. Karena ia suka dengan stiker-stiker lucu yang ditawarkan dalam fitur belanja di *path*. Membaca buku motivasi merupakan hobi dari Emiea dan ia senang mengunggah buku yang sedang ia baca agar dilihat oleh pengguna *path* lainnya yang merupakan teman *path*nya. Dengan mengunggah buku yang sedang dibacanya kadang kerap kali menimbulkan pertanyaan atau komentar tentang buku yang dibacanya. Ada yang tanpa sengaja dipromosikannya olehnya, namun teman *path*nya tertarik dan menanyakan kepadanya tentang dimana beli dan berapa harga dari buku tersebut.

Menurut Nadilla, pesan yang disampaikan melalui media sosial *path* dengan mengunggah status dimana status tersebut bisa saja berupa informasi tertentu dan bisa juga tentang perasaan atau suasana hatinya. Biasanya ia *mengupdate* status menggunakan bahasa (verbal) dan emoticon (non verbal).

Selain mengupdate status, ia juga paling sering menggunakan fitur tidur dan bangun. Fitur ini menandakan bahwa si pengguna sedang tidur dan dapat menghitung jangka waktu dari saat tombol tidur ditekan sampai tombol bangun ditekan kemudian. Pada saat mode tidur sedang aktif, pengguna tidak dapat mengakses halaman *path* sebelum tombol bangun ditekan. Apabila pengguna mengaktifkan fitur ini maka akan muncul status tidur di halaman pengguna sendiri dan pengguna lainnya. Demikian pula halnya apabila tombol bangun ditekan kemudian. Ia juga sering menggunakan fitur emosi dimana fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyatakan emosi yang merupakan tanggapan dari setiap moment pengguna lain. Emosi yang dapat dipilih adalah “senyum”, “berkerut”, “terkejut”, “tertawa”, dan “suka”. Setiap emosi yang dipilih oleh pengguna lain atas moment yang diunggah akan terlihat pada moment tersebut.

3. Waktu

Menurut Ero, waktu untuk menggunakan media sosial *path* tergantung dari kebijakan pribadi masing-masing. Artinya setiap orang memiliki kebutuhan penggunaan *path* yang berbeda-beda. Baginya sendiri, ia menggunakan *path* sekitar satu jam lebih pada saat pulang dari sekolah dan malam setelah selesai mengerjakan tugas dari sekolah. Jadi apabila bisa mengatur waktu antara belajar dan bermain *path* sebenarnya tidak ada masalah jika *path* digunakan dalam jangka waktu lama setiap harinya.

Menurut Reyvanza, waktu untuk menggunakan *path* sesuai dengan kondisi media sosial *path* yang berbeda-beda setiap harinya. Setiap hari ia mengecek *pathnya* apakah ada yang mengirimkan moment dihalaman *pathnya* dari

pengguna *pathnya*, terlebih lagi jika temannya *pathnya* itu merupakan sesama siswa SMP Harapan Mandiri. Ia tidak mau ketinggalan moment yang dibagikan pengguna *path* sesama siswa SMP Harapan Mandiri tersebut. Namun, setiap hari Reyvanza menggunakan media sosial *path* sebagai media komunikasinya.

Menurut Emiea, waktu menggunakan media sosial *path* setelah kegiatan aktivitas belajar selesai baik di sekolah maupun di les luar sekolah. Namun, setiap hari, Emiea tetap menggunakan media sosial *path* sebagai hiburan bagi dirinya sendiri setelah menjalani aktivitas belajar yang membuatnya penat. Selain hiburan bagi dirinya, media sosial *path* aktif digunakan sebagai tanda bahwa dirinya eksis di *path*.

Menurut Nadilla, ia menggunakan *path* dengan waktu yang tidak teratur setiap harinya sesuai kegiatan yang dijalannya setiap hari dimana kegiatan tersebut ada yang berbeda-beda setiap harinya. Tetapi yang pasti, ia menggunakan *path* setelah pulang dari sekolah karena SMP Harapan Mandiri membuat peraturan tidak boleh membawa alat komunikasi seperti handphone. Ia juga menggunakan *path* malam hari setelah selesai belajar.

4. Motif komunikasi

Menurut Ero, motif menggunakan media sosial *path* untuk mengikuti *trend* jaman sekarang, karena menurutnya manusia akan ketinggalan informasi apabila tidak mengikuti perkembangan teknologi. Apalagi memang mengakses media sosial *path* bisa dilakukan dengan mudah ditambah lagi *path* memiliki fitur-fitur yang lengkap, jadi setiap orang bisa mengunggah semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sehari-hari mulai dari bangun tidur, *mengupdate* status,

mengunggah foto, video, film dan *memposting* buku yang sedang dibaca, musik yang sedang didengar, mengunggah lokasi keberadaan, sampai aktivitas tidur kembali. Semua itu dilakukan agar orang lain mengetahui keeksisannya. Mengunggah moment ke media sosial *path* lebih asyik dibandingkan cerita langsung ke teman sesama siswa SMP Harapan Mandiri Medan.

Menurut Reyvanza, ia menggunakan media sosial *path* untuk mempererat pertemanan di *path* karena rata-rata teman *path*nya kebanyakan sesama siswa SMP Harapan Mandiri Medan, yang lainnya ada juga saudara dan teman sepermainan di rumah. Karena melalui media sosial *path*, ia bisa *memposting* dan menggali lagi hobinya mendengarkan musik dan menonton film. Dengan melihat postingan pengguna *path* lainnya, ia bisa menjadikan referensi mengenai informasi musik yang bisa didengar dan film yang bisa ditonton yang belum ia ketahui. Terlebih adanya fasilitas *chat*, yang memudahkannya untuk saling bertanya dan bertukar informasi dengan teman *path*nya.

Menurut Emiea, ia menggunakan *path* untuk *mengupdate* semua kegiatan dan aktivitas yang dilakukannya sehari-hari. Apabila ia sedang belanja di mall, ia selalu mengunggah lokasi mall yang ia kunjungi. Jika sedang *hangout* bersama teman-teman dan berkumpul bersama keluarga, ia pun selalu mengunggah lokasi yang ia kunjungi tersebut serta mengunggah lokasi jika sedang berlibur ke luar kota dengan keluarganya. Apabila ia sedang membaca buku, ia akan *memposting* buku ia yang sedang ia baca. Semua itu diunggahnya agar dirinya bisa eksis di media sosial *path*. Apalagi sering kali pengguna *path* lainnya yang mengomentari postingan yang diunggahnya, menanyakan tentang sesuatu hal tentang

postingannya, menurutnya ini sebagai bukti bahwa eksistensi dirinya di media sosial *path* di nilai oleh teman *path*nya. Ini yang menjadi dorongan baginya untuk selalu *mengupdate* atau *memposting* segala kegiatan yang dilakukan sehari-hari atau saat liburan.

Menurut Nadilla, ia menggunakan *path* agar dapat bersosialisasi bersama pengguna *path* lainnya terutama teman sesama siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Menurutna, manusia dituntut melakukan sosialisasi dalam hidup bermasyarakat. Jika manusia hanya berdiam diri, maka orang lain akan menganggap manusia tersebut tidak eksis dan manusia cenderung akan memperlihatkan keeksistensiannya melalui apa yang ia lakukan agar orang lain dapat memperhatikan keberadaannya. Ia mengatakan melalui media sosial *path*, ia bisa berkomunikasi dengan teman-teman di SMP Harapan Mandiri. Tidak hanya berkomunikasi, melalui *path* juga bisa mendapatkan motivasi dari setiap postingan pengguna *path* lainnya. Dengan membaca atau memperhatikan postingan, kita bisa mengetahui buku apa yang bagus dibaca, musik yang sedang *ngehits*, film yang sedang *booming*, tempat makanan yang enak, dan lain sebagainya.

Ia juga mengatakan dengan bersosialisasi, maka bisa melatih diri untuk beradaptasi dengan teman atau dengan sesama pengguna *path* lainnya. Selain itu, melalui media sosial *path* bisa mempertahankan pertemanan dengan pengguna *path* lainnya dimana kebanyakan teman *path*nya adalah teman yang dikenalnya di dunia nyata. Kebanyakan teman media sosial *path* miliknya adalah mayoritas siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Melalui *path* juga bisa meningkatkan

kepedulian, perhatian dan rasa empati terhadap teman *path* khususnya sesama siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Bisa saling berbagi foto, video dan cerita merupakan bentuk perhatian yang mampu mempererat pertemanan sesama siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Ia juga menambahkan bahwa lebih tertarik berkomunikasi melalui media sosial *path* dibandingkan tatap muka langsung karena didukung oleh fitur yang lengkap dan menarik.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi dari narasumber yang berjumlah 4 (empat) orang, diantaranya Ketua Kelas, Wakil Ketua Kelas, Sekretaris dan Bendahara Kelas IX – A, peneliti tidak menemukan hambatan dalam proses wawancara karena narasumber memberikan informasi secara jelas dan terbuka sehingga memudahkan penelitian untuk menganalisis jawaban atas pertanyaan yang diajukan kepada narasumber.

Hasil dari penelitian diatas menunjukkan bahwa perilaku komunikasi yang ditimbulkan dalam penggunaan media sosial *Path* ini sangat beragam, hal ini dapat dilihat dari adanya perubahan gaya hidup yang tinggi, *Brand Images*, *highclass*, dan transparansi kehidupan mereka ditengah-tengah para pengguna media sosial *Path* lainnya. Perubahan perilaku komunikasi yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi sangat besar sekali efeknya kepada manusia, karena pesatnya perkembangan teknologi saat ini juga turut memberikan berbagai opsi kepada masyarakat untuk menikmati berbagai fasilitas layanan internet seperti internet *mobile phone* dengan cara yang beragam. Hal ini pula lah yang

mendorong perkembangan sebuah media sosial yang dari tahun ke tahun semakin terasa efeknya.

Beragam hal yang ditawarkan *Path* itu yang membuat intensitas waktu siswa SMP Harapan Mandiri Medan yang mengakses media sosial *Path* itu tinggi. Para pengguna cenderung ketergantungan dengan media sosial *Path*, kapanpun dan dimanapun pengguna berada selalu membuka *Path*, bahkan mau tidur dan bangun tidur siswa mau meng*update*nya dengan fitur yang disediakan. Interaksi yang dilakukan para pengguna *Path* pun beragam, mereka dapat mengomentari saat pengguna lain menshare *moment* dan memberikan *emoticon* senyum, sedih, ketawa, terkejut, suka, pada *moment* di *Path* dan berlanjut menjadi interaksi antara sesama pengguna, mereka juga dapat saling mengirim pesan di *chatt room*, bahkan sekedar mengecek dan memperhatikan *moment* para pengguna lain pun sering dilakukan, sehingga kecenderungan untuk menjadi kecanduan menggunakan *Path* ini sangat tinggi. Dari hasil wawancara dengan para informan, teman-teman mereka di *Path* pun hampir seluruhnya adalah teman-teman dekat mereka dan teman-teman yang mereka kenal, para informan lebih suka berinteraksi di *Path*, dari pada tatap muka, karena menurut mereka mengobrol di *Path* lebih menyenangkan dari pada mengobrol langsung.

Intensitas waktu yang tinggi dalam membuka *Path* dan lebih senang berinteraksi lewat *Path* dari pada komunikasi tatap muka membuat apa yang mereka lakukan di *Path* itu cenderung lebih mementingkan kehidupan duniawi, adanya motif gaya hidup yang tinggi dalam menggunakan *Path*, membuat para pengguna *Path* harus mengimbangi para pengguna di dalamnya. *Path* yang fungsi

utamanya sebagai jurnal kehidupan berubah menjadi ajang untuk meningkatkan *brand images* dan ingin menjadi orang yang *highclass*. Bayangkan saja interaksi yang mereka lakukan adalah berbagi foto dan aktivitas apa yang mereka lakukan setiap hari. Tidak hanya kecanduan menggunakannya, *Path* juga dijadikan ajang untuk bersosialisasi dengan gaya hidup yang tinggi serta meng*exclusive* kan diri di tengah-tengah interaksi para pengguna media sosial *Path* lainnya, tidak ada lagi *privasi* kehidupan mereka di masyarakat.

Begitupun kalo mereka berada di tempat *hangout* dan tempat hiburan serta tempat makan yang mahal seperti kafe, *mall*, *restaurant*, hotel, berlibur ke suatu tempat, atau daerah-daerah yang terkenal pasti mereka selalu *mensharenya* di *Path*, begitupun pada saat mereka mau tidur ataupun bangun tidur mereka selalu *megupdate*nya, lagi mendengarkan lagu, nonton film mereka langsung *mensharenya*, entah itu mereka mendengarkan, menonton film yang *disharenya* atau tidak, yang pasti mereka akan *mengupdate* terlebih dahulu agar terlihat eksis.

Informasi adalah hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut dapat menjadi informasi sehingga mengalami pengolahan yang memberikan makna untuk berguna dan bermanfaat bagi bahan pembuat keputusan. Informasi pun dapat diberikan dan bermanfaat saat para pengguna media sosial *Path* *menshare* foto, video dan tempat. Foto yang di *share* seperti foto makanan dan minuman, foto tempat, saat mereka sedang *shopping*, dan segala hal foto yang pengguna *share* di *Path*, begitupun saat mereka berada ditempat seperti *mall*, *cafe*, *restaurant*, hotel, tempat makan, hiburan dan banyak tempat lainnya mereka *share* di *Path* dengan fitur *place* yang sangat canggih

seperti Foursquare. Dari foto, video, dan tempat yang dishare para pengguna *Path*, mereka mendapatkan informasi lalu membagikannya di *Path*.

Informasi yang berbeda pun dapat diberikan saat para pengguna media sosial *Path* berbagi musik, film dan buku yang mereka *share*, disini para pengguna media sosial mendapatkan informasi seputar film apa yang belum mereka tonton, film terbaru, film yang sedang booming, lalu mereka mencarinya dan menontonnya, begitu juga saat para pengguna mengeshare musik-musik para pengguna dapat melihat musik apa yang enak didengar, dapat mengetahui lagu-lagu terbaru, lagu-lagu lama yang belum pernah mereka dengar, jenis musik apa mereka dapat mengetahuinya dari para pengguna *Path* yang mengesharenya. Bukupun sama disini para pengguna mendapatkan informasi tentang buku yang enak dibaca, buku terbaru, novel, cerpen, komik dan banyak buku lainnya yang belum pernah mereka baca. Informasi seperti ini merupakan informasi yang sangat bermanfaat sekali bagi para pengguna media sosial *Path*, karena mereka tidak perlu repot-repot ke toko buku, atau mengklik google untuk mendapat informasi tentang buku, film, ataupun musik terbaru karena sudah ada semua di media sosial *Path*, yang mereka tidak menemukannya di media sosial lain. Informasi dari moment-moment pribadi dan keseharian yang pengguna share di media sosial *Path*. Informasi di sini merupakan informasi yang dishare dalam keseharian para pengguna media sosial *Path*, seperti saat para pengguna mengupdate senang, sedih, update lagi marah, dan masih banyak *updatetan* lainnya, mereka mendapat informasi lalu membagikannya di media sosial *Path*.

Waktu yang digunakan siswa SMP Harapan Mandiri untuk menggunakan media sosial *path* rata-rata setelah pulang sekolah atau selesai kegiatan pembelajaran dan setelah selesai mengerjakan tugas dari sekolah menjelang waktu tidur di malam hari. Namun disaat liburan, mereka lebih sering membuka *path* dengan frekuensi dan durasi yang bisa lebih lama dari hari sekolah. Untuk waktu penggunaan *path* setiap siswa berbeda-beda sesuai dengan ketentuan orang tua masing-masing dan perbedaan aktivitas yang dijalani sehari-hari.

Motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif juga merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu.

Menjamurnya berbagai media sosial membuat tingkat penggunaannya pun melambung pesat, beragam hal menarik pun kini banyak ditawarkan oleh berbagai macam media sosial agar dapat diminati oleh masyarakat mulai dari fitur-fitur, konten bahkan isi dari media sosial itu sendiri. Kebiasaan masyarakat Indonesia untuk selalu mengikuti perkembangan jaman membuat media sosial *Path* hadir dan berbeda di tengah-tengah media sosial yang tengah menjamur saat ini. Dengan tampilan yang sederhana tapi menarik, fitur-fiturnya lengkap yang tidak ditemukan di media sosial lain seperti berbagai *moment* yang meliputi *share* foto, video, film, buku, musik, tempat, *updates status*, fitur *sleeping awake* dan fitur *Nike+*, membuat tingkat penggunaan *Path* sangat tinggi, *Path* kini menjadi media sosial yang *happening* dan populer pada siswa SMP Harapan Mandiri.

Untuk mengakses media sosial *Path* ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan perangkat *mobile phone* karena *Path* memang tidak membuat *webs app*, pertemanannya pun dibatasi hanya 150 orang karena itulah *Path* menjadi media sosial yang *exclusive* dan memiliki jaringan kualitas tinggi, ke *exclusive* itulah yang mendorong kebanyakan orang untuk pindah dalam hal menggunakan media sosial terutama pada siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan siswa SMP Harapan Mandiri Medan, motif siswa SMP Harapan Mandiri Medan menggunakan media sosial *Path* pun beragam seperti fiturnya menarik, pertemanannya dibatasi hanya 150 orang, tidak mau ketinggalan jaman, menginginkan ke-eksisan di tengah masyarakat, dapat dikenal oleh orang-orang dan *Path* itu berbeda dengan media sosial lainnya sehingga enak untuk berbagi dan berinteraksi dengan teman-teman terdekat. *Path* juga dijadikan ajang untuk meningkatkan gaya hidup di tengah tengah lingkungan masyarakat.

Jadi dapat dikatakan bahwa tujuan menggunakan media sosial itu adalah untuk berinteraksi dengan orang-orang terdekat dan membagikan seluruh kehidupannya di *Path*. Perilaku komunikasi yang mendasari motif siswa SMP Harapan Mandiri Medan menggunakan media sosial *Path* yaitu adanya strata sosial yang terjadi pada mereka, *Path* yang hanya bisa digunakan dan diakses di *internet mobile* seperti *gadget*, *ponsel Iphone* dan *Android* dengan berbagai merk yang harganya tidak dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat dijadikan ajang gengsi, untuk menampilkan citra diri, eksis, gaul dan ingin dianggap bahwa pengguna media sosial *Path* itu bukanlah orang yang ketinggalan jaman. Tidak

seperti saat mereka menggunakan media sosial lain, mereka memang eksis tapi tidak se-eksis dan *seexclusive* saat mereka memakai *Path*. Ini menimbulkan adanya budaya sombong dan *copy cats* (budaya peniruan) pengaplikasian strata sosial yang terjadi pada siswa SMP Harapan Mandiri Medan pengguna *handphone* atau *gadget*.

Namun harus diketahui bahwa fungsi sebenarnya dari media sosial adalah untuk berbagi dengan sekelompok teman terpercaya dan keluarga, hal-hal yang ingin dibagikan akan jauh lebih pribadi dan lebih intim, orang akan membuka lebih banyak tentang diri mereka ketika dikelilingi oleh orang-orang yang lebih bisa dipercaya dari pada orang lain. Tak bisa dipungkiri lagi, kini media sosial *Path* sudah menjadi faktor penting interaksi siswa SMP Harapan Mandiri Medan. *Path* yang dibuat untuk jurnal pribadi kehidupan penggunanya mengembalikan arti jejaring sosial yang sesungguhnya. Teman di *Path* adalah "teman yang sebenarnya" karena memang jumlah pertemanannya terbatas tidak seperti media sosial lain yaitu Twitter dan Facebook yang interaksinya dapat dilakukan dengan jutaan orang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis keseluruhan data penelitian sesuai dengan permasalahan dan tujuan dari peneliti, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Frekuensi dan durasi setiap siswa SMP Harapan Mandiri Medan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas yang dijalani oleh masing-masing. Siswa SMP Harapan Mandiri Medan menggunakan media sosial *path* dengan intensitas komunikasi yang tinggi. Ini ditandai dengan adanya perasaan lebih suka menggunakan media sosial *path* daripada berkomunikasi tatap muka langsung.
2. Pesan verbal dan non verbal yang disampaikan ke media sosial *path* baik berupa informatif maupun persuasif cenderung menonjolkan sisi *entertaint* saja daripada fungsi komunikasi yang bersifat edukasi. Karena pesan yang disampaikan atau kiriman yang diposting ke media sosial *path* tidak ada tentang pelajaran di sekolah.
3. Waktu untuk berkomunikasi di media sosial *path* tidak dibatasi dengan batas waktu tertentu oleh SMP Harapan Mandiri Medan. *Path* biasanya dimainkan setelah kegiatan pembelajaran selesai baik setelah pulang sekolah maupun malam hari menjelang tidur.

4. Motif menggunakan media sosial *path* untuk memperlihatkan keeksistensian diri oleh siswa SMP Harapan Mandiri Medan. Eksis di tengah-tengah masyarakat dan tidak mau dianggap ketinggalan jaman karena media sosial *Path* itu *exclusive* berbeda dengan media sosial lainnya, fiturnya lebih lengkap juga menarik dan hanya dapat di akses di *gadget*, ponsel *smartphone* dan *IPhone*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran dan masukan yang bersifat membangun terhadap permasalahan yang terkait, yaitu :

1. Sebaiknya siswa SMP Harapan Mandiri Medan lebih mengatur frekuensi dan durasi dalam penggunaan media sosial *path* agar waktu dari siswa tersebut lebih dimanfaatkan untuk hal yang lebih berguna, atau lebih meluangkan waktu tersebut untuk kegiatan belajar yang lebih banyak.
2. Sebaiknya pesan verbal dan non verbal berupa informatif maupun persuasif yang diunggah ke media sosial *path* mengenai kegiatan pembelajaran di sekolah, bukan tentang *entertaint* saja.
3. Sebaiknya waktu untuk berkomunikasi di media sosial *path* dibatasi dengan batas waktu tertentu oleh SMP Harapan Mandiri Medan agar waktu untuk belajar lebih efektif lagi.
4. Motif Siswa SMP Harapan Mandiri Medan dalam penggunaan media sosial *path* hendaknya bukan saja ingin menunjukkan keeksistensian diri tentang kegiatannya tetapi juga membangun kelompok sesama siswa SMP Harapan

Mandiri Medan untuk membagikan atau memposting informasi berupa pelajaran di sekolah atau hal-hal lain mengenai pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial, Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Devito, A. Joseph. 2009. *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2014. *Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga: Upaya Membangun Citra Membentuk Pribadi Anak*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- 2007. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Sakti.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Rakhmat, Jalaluddin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2013. *Metodo Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.

Internet

http://id.wikipedia.org/wiki/media_sosial, akses tanggal 23 Agustus 2011.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Path_\(jejaring_sosial\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Path_(jejaring_sosial)), akses tanggal 17 Januari 2017

<http://wikipedia.org/wiki/path>, akses 21 Februari 2017.

<http://www.psychologymania.com/2012/12/pengertian-intensitaskomunikasi.html>, akses Desember 2012.

<http://www.termasmedia.com/65-pengertian/71-pengertian-internet.html>, akses tanggal 07 September 2012.

DAFTAR PERTANYAAN

- 1) Sudah berapa lama kamu menggunakan media sosial path?
- 2) Berapa kali dalam sehari kamu menggunakan media sosial path?
- 3) Berapa lama biasanya setiap kali kamu menggunakan media sosial path?
- 4) Pada saat kapan biasanya kamu menggunakan media sosial path?
- 5) Apakah kamu mempunyai banyak teman di media sosial path?
- 6) Apakah kamu sering mengupload informasi di media sosial path?
- 7) Dalam bentuk apakah informasi yang kamu upload di media sosial path?
- 8) Selain dalam bentuk informasi, apakah kamu juga mengupload pesan yang bersifat persuasif?
- 9) Berapa banyak teman kamu di sosial media path, apakah dominan teman sesama siswa SMP Harapan Mandiri Medan?
- 10) Hal apa yang sering kamu share dalam media sosial path?
- 11) Apakah motif kamu menggunakan media sosial path?
- 12) Bila dibandingkan dengan media sosial yang lain, bagaimana pendapat kamu tentang media sosial path sebagai media komunikasi?
- 13) Manakah yang lebih sering kamu gunakan pesan verbal atau pesan non verbal?
- 14) Apakah kamu menemukan gangguan atau hambatan saat menggunakan media sosial path?



1.1 Gambar wawancara dengan narasumber Ero Novalino Hutabarat



1.2 Gambar wawancara dengan narasumber Emiea Aneldra



1.3 Gambar wawancara dengan narasumber Reyvanza Adliva

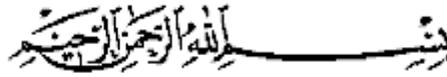


1.4 Gambar wawancara dengan narasumber Nadilla Pratiwi



Foto bersama Kepala Sekolah SMP Harapan Mandiri

SURAT PERNYATAAN



Dengan ini saya, Nur Rahmadhani Syam, NPM 1303110062, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan suatu imbalan, atau memplagiatkan untuk menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, April 2017

Yang Menyatakan,

Nur Rahmadhani Syam