BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia semakin lama semakin pesat. Munculnya proses globalisasi yang begitu cepat menuntut adanya kemudahan dalam berkomunikasi, baik dari segi keefektifitas ataupun efisiensi biaya. Perkembangan teknologi komunikasi seperti telepon genggam dan internet, membuat manusia semakin meningkatkan cara komunikasinya. Media-media yang digunakan untuk berkomunikasi ini semakin banyak dan berkembang penggunaannya. Seiring dengan perkembangan zaman, pengguna internet dan telepon genggam pun semakin banyak. Abad ke-20 dapat digambarkan sebagai 'zaman pertama media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya 'ilmu komunikasi', perdebatan publik mengenai signifikasi sosial yang potensial dari 'media' sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini.[1] Untuk pengguna internet, Indonesia menduduki peringkat ke-4 dari 10 negara dengan jumlah pengguna yang besar. Berikut adalah gambaran chart top 10 internet user di Asia.

[1] Mc Quail Denis, *Teori Komunikasi Massa*(Jakarta: Salemba Humanika,2011), hlm. 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

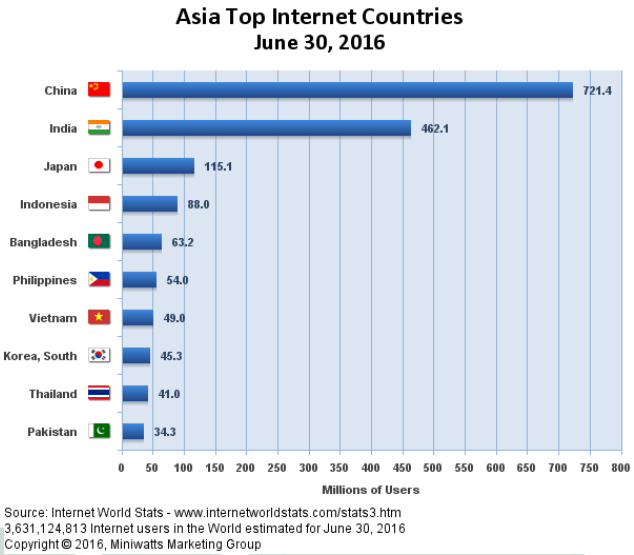

Chart pengguna internet di Asia[2]
Grafik 1.1

Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.[3] Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.[4] Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru merupakan istilah yang dipakai untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan

[2] Pusat statistic internet dunia, diakses 26 Oktober 2016 http://www.internetworldstats.com/stats3.htm#asia
[3] Mc Quail Denis, *Teori Komunikasi Massa*(Jakarta: Salemba Humanika,2011), hlm. 43.
[4] *Ibid* hlm.151.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

teknologi informasi. Media baru yang memiliki ciri tersebut adalah internet. Internet adalah jaringan kabel dan telepon satelit yang menghubungkan komputer.[5] Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja tetapi kini dapat mengaksesnya melalui handphone dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telpon seluler.

Pakar Ilmu komunikasi Van Dijk menyatakan bahwa salah satu bagian dari *New Media* adalah "*Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfrastuktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektifitas. Apa yang dimaksud dengan Network society juga menuai pendapat yang beragam dari masyarakat. Sebagian besar orang beranggapan bahwa sosial dan jaringan media adalah bentuk lurus dari organisasi. Beberapa orang beranggapan bahwa "*network*" adalah sebuah demokrasi yang terjadi secara alami. Namun, ada kelompok yang sepakat mengatakan bahwa *Network society* itu jauh lebih

[5] John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*(Jakarta: Kencana,2008), hlm.263.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

transparan dibanding institusi. Terlepas dari beragam pendapat di atas, Van Dijk menyatakan bahwa network adalah sesuatu hal yang terbuka bagi siapa saja dan dimana saja. “Network bisa muncul kapan saja agar manusia dapat berkomunikasi satu sama lain dalam network mereka masing-masing. Berbeda dengan sebagian besar masyarakat, Van dijk percaya bahwa Network sama sekali tidak terikat pada tempat, ruang, waktu dan fisik sehingga yang membuat seseorang merasa lebih bebas”.[6]

Para penggila media sosial tentunya mencari berbagai cara untuk berkomunikasi di dunia maya dengan mudah, hal ini didukung dengan maraknya gadget smartphone yang beredar di pasaran yang menyediakan layanan akses cepat untuk para penggunanya. Keberadaan smartphone yang telah menjadi gaya hidup saat ini, mendorong munculnya aplikasi-aplikasi gratis yang dapat diunduh melalui perangkat smartphone tersebut. Salah satunya adalah aplikasi instant messaging LINE, aplikasi instant messaging LINE ini banyak menarik perhatian pengguna smartphone sebagai aplikasi pesan cepat lintas platform. Aplikasi instant messaging LINE merupakan aplikasi pesan yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Kemudahan dan keunikan sticker yang ditawarkan oleh aplikasi ini yang membuat banyaknya masyarakat menggunakan aplikasi instant messaging LINE.[7] LINE dibuat oleh Naver yang berlokasikan di Jepang. Salah satu aplikasi messaging populer buatan Jepang ini telah membuktikan pengaruhnya di ranah aplikasi messaging. LINE terus mengalami pertumbuhan sejak diluncurkan pada 23 Juni 2011. Menyuguhkan serangkaian fitur mulai dari suara, panggilan video, hingga Sticker, kini aplikasi populer tersebut telah

[6] Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*(Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007),hlm.47
[7] http://official-blog.line.me/ diakses pada 26 Oktober 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki 300 juta pengguna di seluruh dunia. Keperkasaan LINE di dunia mobile messaging didukung dengan sudah memiliki 10.000 Sticker. Itu yang membuat LINE menjadi sangat digemari oleh penggunanya di Indonesia sebagai media komunikasi interpersonal. Sticker-sticker yang tersedia baik berbayar maupun yang gratis sangat menarik, mulai dari ekspresinya yang menarik dan lucu hingga menampilkan sosok-sosok idola dari berbagai kalangan, misalnya selebriti ada Sticker penyanyi terkenal seperti dari luar Paul McCartney dan Agnes Monica di Indonesia. Selain musik juga banyak Sticker-Sticker yang berkaitan dengan olahraga seperti Barcelona dan Real Madrid di Spanyol yang sudah bekerjasama dengan mengijinkan para punggawanya dijadikan ikon Sticker di LINE untuk para penggemarnya di seluruh dunia.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, LINE merupakan sebuah media komunikasi dan informasi yang sangat diperlukan oleh semua kalangan, dari kalangan anak-anak hingga orang tua, pekerja dan pelajar. Banyak manfaat LINE bagi penggunanya, diantaranya adalah sebagai sarana penyampaian pesan, diskusi di sesama pengguna LINE lebih cepat, mudah, ekonomis, akurat mudah dikelola serta nyaman. Sekarang ini, orang lebih banyak menggunakan media sosial karena penggunaannya lebih mudah. Surat tertulis cetak yang dikirim melalui kotak pos sudah sangat jarang dilakukan. Hal ini disebabkan karena pengiriman pesan melalui sms atau kotak pos akan memakan waktu lama dan kurang praktis. Surat tertulis cetak masih digunakan untuk komunikasi yang bersifat formal, seperti antar instansi pemerintah dan dunia pendidikan. Namun, terkadang banyak orang yang beralih menggunakan email untuk melakukan pengiriman surat formal karena praktis dan cepat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media sosial seperti LINE sudah menjadi kebutuhan sehari-hari dalam kegiatan berkomunikasi maupun dalam menerima informasi. LINE juga menyediakan layanan yang dapat digunakan untuk berlangganan informasi tertentu secara periodik. Selain memiliki fungsi sebagai alat komunikasi, LINE juga menawarkan berbagai fitur dan aplikasi yang sangat menarik dibandingkan applikasi messenger yang lain. LINE merupakan aplikasi *instant messenger* pertama yang memiliki stiker karakter dan *official account.* Salah satu yang menarik dalam LINE adalah *official account* yang merupakan akun resmi dari para artis, musik, olahraga, *brand* dan beberapa kategori lainnya. LINE menawarkan ruang promosi untuk melebarkan bisnis bagi para pemilik produk dan tokoh hiburan. LINE menawarkan kerja sama dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sama. Iklan – iklan yang dhadirkan di LINE melalui *official account* tergolong cukup unik karena lebih interaktif dan kreatif. Interaktif merujuk pada adanya promo lelang, Lucky Chance dan kuis yang akan melibatkan pengguna untuk berpartisipasi. Kreatif merujuk pada stiker – stiker karakter yang diluncurkan melalui *official account*, terdapat juga cara promosi berupa *add friend* dan donasi seperti yang dilakukan oleh Surfer Girl International dan WWF.

Model komunikasi pada media online sangat berbeda dengan komunikasi tatap muka. Dalam komunikasi interpersonal langsung, seseorang tidak hanya berkomunikasi melalui kata per kata, tetapi juga penampilan individu. Dalam dunia nyata adakalanya pembicaraan seorang individu tidak dihiraukan hanya karena individu tampak masih kecil dan belum cukup usia, atau mungkin, komunikasi yang berjalan terhambat karena adanya perasaan gugup saat bertatap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muka yang disebabkan adanya perbedaan status sosial. Saat pengguna internet bereksplorasi di media online, maka saat itu juga mereka dapat membentuk identitas sesuai yang diinginkan. Mulai dari perubahan nama, jenis kelamin, sampai deskripsi diri. Setiap pengguna internet dapat menampilkan identitas diri mereka dengan identitas yang beragam. Begitu pula yang dialami para pengguna LINE pada khususnya, account yang mereka miliki menampilkan sesuai apa yang pemilik account tersebut ingin tunjukkan. Ironisnya tidak jarang pemilik account tersebut menampilkan identitas yang bukan sebenarnya atau memberikan informasi tanpa kejelasan yang pasti. Sehingga ada hambatan yang mutlak karena kebebasan yang di sampaikan hanya akan merugikan orang lain. Meskipun terdapat pula keuntungan yang diterima ketika pengguna internet menampilkan identitas diri mereka yang beragam misalnya, agar pengguna dapat melihat segala sesuatu yang ada di media online dalam sudut pandang yang berbeda-beda.

Bagi pengguna media sosial, memperbaharui status, membuat *tweet*, menulis di *wall* sudah bukan barang yang baru lagi. Apalagi dengan memodifikasi profil dengan berbagai macam foto maupun gambar. Aktivitas ini bisa dikatakan sebagai aktivitas penataan tampilan diri. Dimana setiap orang memiliki langkah-langkah khusus untuk menampilkan dirinya kepada orang lain atau khalayak. Langkah-langkah khusus ini tentunya akan sangat bervariasi jika melihat sepintas pada akun-akun media sosial setiap individu. Ada berbagai jenis penampilan diri yang bisa terlihat secara kasat mata yaitu menuliskan kata-kata bijak di status maupun *tweets*, menyampaikan kritik, mengkomunikasikan kondisi pribadi saat ini, menyampaikan aktivitas dan lokasi saat ini, dan berbagai cara lainnya. Selain kata-kata, presentasi diri juga dikombinasi dengan video, gambar dan foto seperti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

foto-foto di berbagai lokasi, foto bersama figur publik: seperti pejabat negara, pakar atau ahli, aktor/artis, dll, foto hasil karya sendiri. Berbagai jenis ekspresi yang dilakukan oleh pengguna media sosial akan mengerucut pada jenis-jenis identitas diri.

Dalam penelitian ini, memilih SMAN 13 Surabaya sebagai lokasi penelitian. Terletak di pinggiran Kota Surabaya yaitu di JL. Lidah Kulon Lakarsantri walaupun letaknya di pinggiran kota Surabaya, tetapi sudah berstandart Internasional. Selain itu SMAN 13 Surabaya memiliki segudang prestasi yang sudah berhasil dicapai sebagai juara Adiwiyata dan masuk 20 besar. Prestasi lain juga sebagai The Best School 2016 di Surabaya. Fasilitas SMAN 13 Surabaya sangat menunjang dan nyaman untuk kegiatan pembelajaran, saat ini SMAN 13 Surabaya menggunakan metode e-learning yang langsung berhubungan dengan internet agar memudahkan siswa dan guru untuk berinteraksi.

Media sosial yang akan dipilih untuk diteliti adalah LINE. Hal ini didasarkan dari hasil observasi awal peneliti yang menemukan bahwa media sosial LINE merupakan salah satu media sosial yang paling populer dikalangan remaja. Sedangkan untuk survei awal tersebut dilakukan peneliti diwilayah Surabaya barat karena Surabaya barat merupakan salah satu kawasan yang dinilai peneliti mampu dijangkau untuk dilakukan penelitian. Pemilihan SMAN 13 Surabaya menjadi objek peneliti didasarkan observasi awal karena meskipun tidak terletak di kawasan pusat kota, remaja di daerah ini memiliki tingkat eksistensi yang tinggi, terlebih lagi ketika diamati mayoritas sosial media yang mereka gunakan yaitu LINE. Lebih fleksibelnya komunikasi yang terjadi melalui LINE ini menjadi alasan mendasar bagi sebagian siswa yang memilih LINE. Ketika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti melakukan pengamatan awal terlihat siswa-siswi SMAN 13 Surabaya memiliki karakter tersendiri mulai dari logat bahasa, cara mereka menyampaikan pesan yang ada dalam pikiran mereka sampai pada pengungkapan atau pengekspresian pesan mereka. Selain mengamati komunikasi antar siswa peneliti juga memperhatikan bagimana tampilan mereka keseharian meskipun mengikuti perkembangan zaman tetapi masih memperhatikan peraturan yang berlaku di sekolah. Berkenaan dengan yang ditampilkan oleh siswa SMAN 13 Surabaya memperlihatkan bahwa mereka menampilkan citra diri yang baik. Dalam kajian komunikasi hal tersebut mengarah pada pesan non-verbal. Identitas Komunikasi dikalangan siswa kelas XI SMAN 13 Surabaya menjadi topik yang menarik untuk diteliti ketika komunikasi tidak hanya dapat dilakukan secara tatap muka tapi siswa menggunakan media komunikasi sebagai pengganti komunikasi tatap muka tersebut yaitu dengan menggunakan instant messaging LINE.

Sedangkan penggunaan remaja karena peneliti menilai remaja sesuai dengan tema penelitian ini yang menganalisis tentang identitas diri dalam komunikasi seorang individu. Di mana pada umumnya pada masa remaja ini terjadi sebuah proses perubahan baik itu psikis maupun fisiknya. Hal ini kemudian mendasari seorang remaja untuk kemudian melakukan berbagai penyesuaian dan dapat dinyatakan sebagai masa pencarian identitas diri. Tahap pencarian identitas diri pada remaja ini bahkan mampu mempengaruhi pola perilakunya.[8]

Berkaitan dengan komunikasi, yang dimaksud dengan tahap pencarian identitas diri pada remaja ini menurut Erikson[9] bahwa para remaja berusaha untuk menunjukkan atau menjelaskan siapa dirinya, apa peranannya dalam masyarkat,

---

[8] Hurlock, E. B. *Psikologi Perkembangan. Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan.* (Jakarta : Erlangga, 1998), hlm. 208.
[9] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan lain sebagainya. Hal ini salah satunya ditunjukkan oleh para remaja melalui media sosial LINE dengan cara memodifikasi profil dengan berbagai macam foto maupun gambar. Ironisnya tidak jarang pemilik account tersebut menampilkan identitas yang bukan sebenarnya atau memberikan informasi tanpa kejelasan yang pasti, sehingga menimbulkan komunikasi yang kurang baik karena tidak adanya kejelasan informasi yang ditampilkan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang ada, maka peneliti ingin meneliti para pengguna media sosial dalam hal ini LINE dikalangan remaja Surabaya dalam menunjukkan identitas diri mereka. Dengan mengambil judul "Identitas Komunikasi Remaja Pengguna LINE (Studi Kasus pada Siswa Kelas XI SMAN 13 SURABAYA)". Penelitian ini penting dilakukan karena melalui penelitian ini akan dihasilkan suatu informasi atau gambaran tentang penggunaan internet pada kalangan remaja di Surabaya pada khususnya saat ini, sehingga dapat memberikan pemahaman bagi kalangan orang tua atau institusi pendidik sekaligus bisa digunakan sebagai kontribusi untuk membuat kebijakan yang mengarahkan secara positif pada kalangan remaja di perkotaan dalam menggunakan internet. Dengan demikian, upaya-upaya tersebut diharapkan akan dapat mereduksi efek negatif dan meningkatkan pemanfaatan internet secara positif bagi remaja.

B. Rumusan Masalah

Agar tidak terjadi pengembangan masalah di luar ruang lingkup dan kekaburan dalam penelitian, peneliti merasa perlu untuk melakukan pemfokusan penelitian. Adapun fokus penelitian ini adalah :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagaimana kecenderungan remaja menampilkan identitas komunikasinya di Media LINE ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk :

Memahami dan mendeskripsikan identitas komunikasi remaja pengguna sosial media khususnya LINE di SMAN 13 Surabaya yang ditampilkan pada *account* yang dimiliki.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat seperti :

a. Secara Teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi massa. Diharapkan dapat memperkaya kajian tradisi komunikasi massa khususnya pada perkembangan *new media.*
b. Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu informasi dalam memahami keragaman identitas pengguna media online khususnya LINE. Terkait keputusan yang mereka ambil dalam menujukkan identitas diri.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dapat memberikan gambaran ilmu kepada peneliti, agar penelitian dapat dilakukan dengan maksimal. Berikut penelitian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jurnal berjudul “Konstruksi Identitas Remaja Pengguna Instagram Di Kota Medan” karya dari Arisai Olga Hakase Pasaribu tahun 2014. Memiliki persamaan fokus masalah yaitu identitas diri yang dibentuk oleh remaja pengguna media sosial (instagram). Dalam hal ini remaja asal Medan. Perbedaan dengan penelitian pertama mengenai identitas yang dibangun remaja melalui media online, pada penelitian selanjutnya identitas yang ditunjukkan remaja pengguna LINE di Surabaya.

Jurnal berjudul “Pengaruh LINE terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal” (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 dan 2014 Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom) karya dari Freddy Yusanto dan Berlian Primadani Satria Putri tahun 2015. Persaman dari penelitian ini terkait dengan penggunaan instant messaging LINE. Sedangkan perbedaan pada penelitian berfokus pada efektifitas komunikasi interpersonal antar mahasiswa. Dalam hal ini penelitian yang akan dilakukan peneliti berfokus pada identitas yang ditunjukkan remaja pengguna LINE di Surabaya.

Skripsi berjudul “*Official Account* sebagai iklan di SNS” (Motivasi pemilihan official account di LINE) karya dari Oktavia Eka Fidyasari tahun 2014. Persamaan dengan penelitian ini terkait dengan fenomena yang diangkat yaitu media sosial terutama LINE. Sedangkan perbedaan terlihat pada fokus masalah yang diambil jika penelitian pertama tentang motif pengguna LINE dalam memilih official account, penelitian kedua berfokus pada identitas diri yang ditunjukkan remaja pengguna LINE di Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jurnal berjudul "Representasi Diri dan Identitas Virtual Pelaku Roleplay dalam Dunia Maya" ('Permainan Peran' Hallyu Star Idol K-Pop dengan Media Twitter) karya dari Hatmi Prawita Achsa dan M. Arif Affandi tahun 2015.

Persamaan penelitian ini pada fokus masalah tentang identitas pengguna internet terutama sosial media. Sedangkan perbedaannya pada sasaran yang dituju yaitu 'permainan peran' dengan media twitter sedangkan pada penelitian yang akan peneliti ulas identitas diri yang ditunjukkan pada remaja di Surabaya pengguna LINE.

Jurnal berjudul "Pemaknaan Sticker Emoticon LINE Messenger*" (*Sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman) Muhammad Najib tahun 2014. Hasil penelitian menunjukkan LINE bisa dikatakan sebagai media komunikasi interpersonal terfavorit di kalangan mahasiswa karena banyak fitur menarik yang tersedia.

Persamaan penelitian terletak pada media sosial yang digunakan yaitu LINE. Sedangkan perbedaan yang mendasari penelitian ini adalah fokus masalah penelitian pertama tentang pemaknaan sticker emoticon LINE sebagai media komunikasi interpersonal, pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti mengenai identitas diri yang ditunjukkan remaja pengguna LINE di Surabaya.

F. Definisi Operasional

Pada suatu penelitian jika masalah dan kerangka teoritisnya sudah jelas, maka sudah diketahui pula fakta mengenai gejala-gejala yang menjadi pokok penelitian dan suatu konsep sebenarnya adalah definisi secara singkat dari sekelompok fakta atau gejala tersebut. Sehubungan dengan hal diatas, maka dalam penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perlulah kiranya peneliti membatasi dari sejumlah konsep yang diajukan pada penelitian dalam judul ini "Identitas diri pengguna LINE di Surabaya" adalah mempunyai konsep antara lain :

a. Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin Communico yang artinya membagi.[10]Lawrence Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

b. Identitas

Kata "identitas" berasal dari kata "identity" yang berarti ciri-ciri, tanda-tanda atau jati diri yang melekat pada seseorang atau sesuatu yang membedakannya dengan orang lain. Identitas diri didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Anda mempunyai sesuatu yang berbeda dengan orang lain, seperti kemampuan, bakat dan pilihan. Bandingkan itu dengan orang lain. Perilaku budaya, gerak-gerik anggota tubuh, nada suara, cara berpidato, warna pakaian dan guntingan rambut menunjukkan ciri khas seseorang yang tidak dimiliki oleh orang lain.

[10] Hafied Cangara, *pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT.Raja Grafindo, 1998), hlm. 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Santrock, identitas adalah potret diri yang terdiri dari berbagai potongan, antara lain : [11]

1) Jalur karir dan pekerjaan yang ingin diikuti oleh seseorang (identitas karir atau vokasional)
2) Apakah seseorang konservatif, liberal atau demokratis (identitas politik)
3) Kepercayaan spiritual seseorang (identitas religius)
4) Apakah seseorang lajang, menikah atau bercerai (identitas hubungan)
5) Sejauh mana seseorang termotivasi untuk berprestasi atau mencapai sebuah intelektualitas (identitas pencapaian)
6) Apakah seseorang heteroseksial, homoseksual, atau biseksual (identitas seksual)
7) Berasal dari wilayah manakah seseorang atau seperti apa warisan budayanya (identitas etnis atau budaya)
8) Hal-hal yang disukai, dalam hal ini termasuk olahraga, musik dan lain-lain (identitas minat)
9) Karakteristik kepribadian individu (identitas kepribadian)
10) Body image individu (identitas fisik)

Sedangkan menurut Chris Barker[12], identitas adalah soal kesamaan dan perbedaan tentang aspek personal dan sosial, tentang kesamaan anda dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan anda dari orang lain.

[11] Santrock, J.W. *Remaja* (Jakarta : Erlangga, 2007), hlm.192
[12] Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Hlm. 172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada umumnya dikenal identitas dan sekurang-kurangnya dalam masyarakat. Dalam masyarakat ada tiga bentuk identitas yang mudah di pantau, yakni identitas budaya, identitas sosial dan identitas pribadi.

1. Identitas Budaya

   Identitas budaya merupakan ciri yang muncul karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Itu meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama dan keturunan dari suatu kebudayaan.

2. Identitas Sosial

   Identitas sosial terbentuk sebagai akibat dari keanggotan seseorang dalam suatu kelompok kebudayaan yang ada. Tipe kelompok itu antara lain, umur, gender, kerja, agama, kelas sosial dan tempat. Identitas sosial merupakan identitas yang diperoleh melalui pesan pencarian dan pendidikan dalam jangka waktu yang lama.

   Selain itu juga bisa memberikan identitas sosial dalam bentuk perilaku kepada orang berdasarkan gender, laki-laki lebih rasional daripada perempuan, laki-laki mengutamakan hubungan vertical dan status daripada perempuan yang mementingkan hubungan horizontal, persahabatan dan persaudaraan.

3. Identitas Pribadi

   Identitas pribadi/personal didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Anda mempunyai sesuatu yang berbeda dengan orang lain, seperti kemampuan, bakat dan pilihan. Bandingkan itu dengan orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain. Ingatlah bahwa pribadi anda dan identitas sosial terbentuk oleh identitas budaya. Perilaku budaya, gerak-gerik, anggota tubuh, nada suara, cara berpidato, warna pakaian dan guntingan rambut menunjukkan ciri-ciri khas seseorang yang tidak dimiliki oleh orang lain.[13]

Identitas merupakan sebuah hal yang penting di dalam suatu masyarakat yang memiliki banyak anggota. Identitas membuat suatu gambaran mengenai seseorang, melalui; penampilan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan, penilaian diri, dan faktor persepsi yang lain, yang semuanya digunakan dalam mengkonstruksi identitas budaya. Identitas m meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri – statusnya, nama, kepribadian, dan masa lalunya. Identitas merupakan hal yang penting dalam sebuah komunikasi budaya. Konsep identitas juga dapat dilihat dari aspek budaya yang didefinisikan sebagai emotional signifikan, yang membuat seseorang dilekatkan pada suatu hal, yang membedakannya dengan orang lain sehingga lebih mudah untuk dikenal.

Social Identity Theory (SIT) bertujuan bahwa individu memiliki sebuah konsep pada dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasi dirinya sendiri. Identitas personal melihat bahwa individu adalah sebuah makhluk yang unik, memiliki budaya, hidup di dalam sebuah group, dan identitas sosial mengacu pada pengetahuan dalam anggota kelompok budaya dan berkomunikasi dengan budaya yang lain. Karakteristik individu yang dipengaruhi oleh kolektivistik dalam komunikasi individu, antara lain : [14]

---

[13] Alo Liliweri. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya.* (Yogyakarta: Lkis, 2002) Hlm. 95-97.

[14] Social Identity Theory - Tajfel and Turner 1979 www.age-of-the-sage.org diakses pada 13 November 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. *Personality Orientations* (orientasi personal), menggambarkan bagaimana orientasi personal dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain.
b. *Individual Values* (nilai-nilai individu), merupakan nilai-nilai personality yang dimiliki oleh Individu dalam mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika melakukan komunikasi.
c. *Self Constractuals* (penyingkapan diri/ ekspresi diri), menggambarkan bagaimana individu menggekspresikan dirinya ketika berkomunikasi dengan individu yang lain.

Fokus utama di dalam teori ini adalah melihat bagaimana identitas merupakan suatu hal yang diproduksi dalam kategori sosial. Kategori sosial bisa berupa etnisitas, jender, dan afiliasi politik, sebagai bagian dalam struktur sosial. Individu termasuk bagian dalam kategori sosial dan pada dasarnya adalah anggota dalam kategori sosial tersebut. Identitas menghubungkan antara individu dengan masyarakat melalui anggota suatu kelompok yang mempengaruhi kepercayaan individu, perilaku, dan pengetahuan dalam hubungan mereka dengan anggota dari kelompok sosial yang lain.

Dalam perspektif komunikasi, identitas tidak dihasilkan secara sendiri, melainkan dihasilkan melalui proses komunikasi dengan yang lain. Prinsip utama di dalam identitas muncul ketika sebuah pesan berubah di antara dua orang. Identitas dapat dinegosiasikan, diperkuat, dan dirubah dalam suatu proses komunikasi. Tujuan dari identitas ini adalah menjadikan dan membangun sebuah komunikasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Remaja

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti "tumbuh" atau "tumbuh menjadi dewasa". Masa remaja termasuk masa yang sangat menentukan karena pada masa ini anak-anak mengalami banyak perubahan pada psikis dan fisiknya. Masa remaja adalah usia di mana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia di mana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak.[15] Ada beberapa ciri remaja, diantaranya:

1) Pertumbuhan fisik
2) Perkembangan seksual
3) Cara berpikir kausalitas
4) Emosi yang meluap-luap
5) Mulai tertarik kepada lawan jenisnya
6) Menarik perhatian lingkungan
7) Terikat dengan kelompok

Hurlock juga menjelaskan bahwa meskipun rentang usia dari remaja dapat bervariasi terkait dengan lingkungan budaya dan historisnya, pada umumnya masa remaja dimulai sekitar usia 13 hingga 14 tahun dan berakhir pada sekitar usia 18 tahun. Perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional yang dialami remaja dapat berkisar mulai dari perkembangan fungsi seksual hingga proses berpikir abstrak hingga kemandirian.[16]

---

[15] Hurlock, E. B. *Op. cit*. hal. 206
[16] Hurlock, E. B. *Op. cit*. hal.14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan sarana untuk melakukan memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Pada jaman modern saat ini, media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses komunikasi saat ini sangat canggih, dan teknologi komunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efisien. Media merupakan saluran pembawa pesan dari sender untuk sampai ke *receiver*. Media pula yang menerjemahkan pesan-pesan tersebut agar bisa di capai oleh khalayak.[17] Cangara menyebut medium sebagai media yang merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.[18]

e. Media sosial

Social Media atau media sosial adalah media yang digunakan untuk bersosialisasi. Secara terminologi, sosial adalah kebutuhan insting dari seorang individu untuk melakukan interaksi atau menciptakan hubungan dengan orang lain. Sebagai seorang individu, yang butuh untuk berhubungan dengan orang lain di lingkungan sekitar untuk bertukan informasi, ide, dan pengalaman yang dimiliki individu. Media adalah sesuatu yang digunakan untuk melakukan komunikasi dengan individu lain yang ada di lingkungan sekitar. Media dapat berbentuk tulisan, audio, televisi, e-mail, websites, dan lain sebagainya. Jadi, media sosial adalah sebuah teknologi yang digunakan secara efektif untuk

[17] Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana, 2014)
[18] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu* Komunikasi (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkomunikasi dengan orang lain, membangun hubungan, membangun kepercayaan.[19] Williamson menyebutkan media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial, dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses.[20]

f. Instan Messaging LINE

Aplikasi LINE menggunakan sistem nomor telepon seluler penggunanya sebagai basis untuk saling berhubungan. Aplikasi LINE saat ini tersedia untuk gadget yang memiliki sistem operasional iOS dan Android. Aplikasi LINE dapat diunduh secara gratis di App Store dan Google Play. LINE berbeda dari aplikasi IM lainnya, karena ada emoticon yang bervariasi. Ada Emoji yang menggambarkan kepala dengan bermacam ekspresi, lalu emoticons berupa susunan karakter teks yang juga membentuk ekspresi, serta ada stickers. Stickers ini yang cukup unik untuk Line, karena gambar ikonnya lucu-lucu, berukuran besar dan lebih ekspresif. Sejak peluncuran pertamanya, pengguna LINE di seluruh dunia mencapai 400 juta pengguna.

Berkaitan dengan populernya aplikasi instant messaging, didukung dengan adanya fitur-fitur yang menarik dan membantu proses komunikasi interpersonal lebih efektif. Diantara fitur instant messaging LINE yang sering digunakan adalah:

1. *Personal Chat*

Fitur ini merupakan fitur utama yang diberikan oleh LINE sebagai sarana komunikasi dengan pengguna LINE lainnya secara pribadi. Dalam

[19] Rulli Nasrullah, *Op. cit.*
[20] Kenmada widjayanto, *Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi* (Bandung: Ultimus, 2013)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

personal chat ini pengguna LINE dapat melakukan percakapan secara bebas tentang apa saja.

2. *Share* Foto atau Gambar

LINE memberikan fitur berbagai foto atau gambar baik secara personal melalui personal chat, ataupun melalui diskusi grup. Pada fitur ini pengguna diberikan pilihan untuk mengambil gambar atau foto secara langsung dengan kamera ataupun mengambil dari galeri.

3. Free Call

Dengan *Free Call* pengguna LINE dapat menelpon pengguna LINE lain dengan gratis karena menggunakan jaringan internet. Dengan cara memilih teman yang ingin ditelepon lalu pilih Panggil.

4. Sticker

Layaknya emoticon, sticker juga dapat digunakan untuk mengekspresikan sesuatu dengan bentuk dan gambar yang lebih besar, lebih lucu, dan lebih menarik.

5. Timeline

LINE menyediakan fitur timeline yang bisa digunakan untuk bersosial media layaknya timeline di facebook.

6. Grup

LINE menyediakan fitur grup agar pengguna dapat berbincang-bincang dengan pengguna LINE lebih dari satu pengguna.[21]

[21] Suryadi, Matius Tomy. *The Best Android Apps for Chatting* (Yogyakarta: Andi, 2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Metode Penelitian

Penelitian ini tersusun dengan kelengkapan ilmiah yang disebut sebagai metode penelitian, yaitu cara kerja penelitian sesuai dengan cabang-cabang ilmu yang menjadi sasaran atau obyeknya.[22] Cara kerja tersebut merupakan pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis dalam upaya pencarian data yang berkenaan dengan masalah-masalah penelitian guna diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan solusinya.

Metode dalam suatu penelitian merupakan upaya agar penelitian tidak diragukan bobot kualitasnya dan dapat dipertanggung jawabkan validitasnya secara ilmiah. Untuk itu dalam bagian ini memberi tempat khusus tentang apa dan bagaimana pendekatan dan jenis penelitian, subyek, obyek dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik sampling, variael dan data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, sistematika pembahasan, jadwal penelitian.

a) Pendekatan dan jenis penelitian

Jenis penelitian ini termasuk jenis kuantitatif dengan format deskriptif survei. Metode penelitian deskriptif bertujuan untuk :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.

[22] Koencoroningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1981) Hlm.16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Menentukan apa yang dilakukan dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.[23]

Dengan demikian, metode deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan mendalam fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu, dalam hal ini kajian budaya komunikasi, secara aktual dan cermat. Metode ini menitik beratkan pada observasi dan suasan alamiah. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Ia hanya membuat kategori pelaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasi. Dengan suasana alamiah berarti peneliti terjun ke lapangan. Ia tidak berusaha memanipulasi variabel karena kehadirannya mungkin mempengaruhi gejala, peneliti harus berusaha memperkecil pengaruh tersebut.

b) Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan dari hasil wawancara atau pengisisan kuisioener. Pada penelitian ini data primer yang di peroleh melalui kuisioner yang ditujukan kepada kalangan remaja di Surabaya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dari data yang sebelumnya adalah data primer melalui proses mengidentifikasi. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dengan proses mengidentifikasi

[23] M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Cet.1 (Jakarta: Ghalia Indonesia,2002), hlm.22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kuisioner yang telah diajukan dan kemudian dibuat sebuah table pengklasifikasi.

c) Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan identitas komunikasi remaja pengguna LINE. Sedangkan subyek penelitian ini adalah kalangan siswa kelas XI di SMAN 13 Surabaya pada usia 15-19 tahun yang mempunyai akun LINE. lokasi yang menjadi tempat penelitian ini adalah di SMAN 13 Surabaya.

d) Populasi, Sampel dan Sampling

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan-hewan, tumbuh-tumbuhan, dan gejala-gejala nilai tes atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber dan yang memiliki karaktristik tertentu di dalam suatu populasi.[24] Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah siswa kelas XI SMA 13 Surabaya yang berjumlah 365 siswa.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan obyek atau fenomena yang akan diamati. Dalam pengambilan sampel, peneliti tidak mungkin akan mempelajari semua karakteristik dalam sebuah populasi, dikarenakan adanya keterbatasan peneliti. Maka dari itu peneliti dapat mengambil sampel dalam sebuah populasi. Dalam menentukan jumlah sampel pada populasi tersebut, peneliti

[24] Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada Univesity Press, 2001), Hal.141

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan rumus dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90%, rumus tersebut adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N\,(d)^2+1}$$

$n =$ Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi

Berdasarkan rumus diatas maka sample yang diambil adalah :

$$n = \frac{365}{365\,(0{,}1)^2+1}$$

$$n = \frac{365}{365\,(0{,}01)+1}$$

$$n = \frac{365}{4{,}65}$$

$n = 78{,}49$ dibulatkan menjadi 79

Jadi sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 79 siswa kelas XI di SMAN 13 Surabaya.

c. Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified sampling*. Menurut Istijanto *stratified sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dalam bentuk strata, tingkatan, atau kelompok. Dengan kata lain populasi dibagi terlebih dahulu menjadi tingkatan atau kelompok yang berbeda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selanjutnya, sampel ditarik secara *random* dari setiap kelompok.[25] *Stratified sampling* digunakan untuk mengambil sampel berdasarkan kelompok kelas XI yang ada di SMAN 13 Surabaya. Adapun rumus dari penentuan sampling dengan *stratified sampling* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{\text{Jumlah Kelas}}{\text{Jumlah Populasi}} \text{x Jumlah Sampel}$$

Tabel 1.1 Perhitungan Jumlah Sampel

Nama Kelas	**Jumlah Kelas**	**Jumlah Sampel**
XI-IPA	155	34
XI-IPS	140	30
XI-Bahasa	70	15
Total	**365**	**79**

Sumber: Data Primer, Diolah

H. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan metode angket, yaitu dengan cara mengajukan pertanyaa-pertanyaan secara tertulis kepada responden.

I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dalam menganalisis data kuantitatif. Statistik deskriptif merupakan deskripsi atau penggambaran

[25] Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia: Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja & Aspek-aspek Kerja Karyawan Lainnya.* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekumpulan data secara visual dapat dilakukan dalam dua bagian yaitu dalam bentuk gambar atau grafik dan dalam bentuk tulisan. Metode statistik deskriptif dapat digunakan untuk menghasilkan gambaran data berupa tabel frekuensi dan tabulasi silang.

1. Frekuensi

   Frekuensi adalah jumlah pemunculan. Tabel frekuensi adalah alat yang di buat untuk persiapan pengujian normalitas data yang menggunakan kertas peluang normal. Tabel frekuensi digunakan untuk menampilkan data untuk satu variabel saja. Kegunaan dari distribusi frekuensi adalah membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian.[26]

2. Crosstabs

   Analisis tabulasi silang merupakan analisis yang menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom.[27] Data yang disajikan pada tabulasi silang memiliki skala nominal atau kategori. Tabulasi silang dapat menampilkan kaitan antara dua atau lebih variabel, sampai dengan menghitung apakah ada hubungan antara baris dan kolom. Ciri dari penggunaan tabulasi silang adalah data input yang berskala nominal atau ordinal.[28] Tahap ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara setiap variabel yang ada dalam penelitian.

---

[26] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), Hlm. 32-33.
[27] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Universitas Diponegoro, 2007), Hlm.21.
[28] Singgih Santoso, *Menguasai Statistik di Era Informasi Dengan SPSS 12*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2005), Hlm. 226.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

J. Sistematika Pembahasan

Dalam proposal penelitian terdapat beberapa penyajian pembahasan, yaitu sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang meliputi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi operasional, metode penelitian yang di dalamnya membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, subyek obyek dan lokasi penelitian, teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, sistematika pembahasan dan jadwal penelitian.

Bab II : KAJIAN TEORI

Kajian teori dalam bab ini membahas tentang kajian pustaka dan kajian teori, dalam bab ini peneliti menentukan teori apa yang sesuai dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori yang berkaitan dengan interaksi simbolik.

Bab III : HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian dalam bab ini, membahas tentang deskripsi subyek penelitian dan deskripsi data penelitian.

Bab IV : PEMBAHASAN

Analisis data dalam bab ini membahas tentang temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

Bab V : PENUTUP

Penutup dalam bab ini membahas tentang simpulan dan rekomendasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

K. Jadwal Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	Waktu Penelitian			
		September	**Oktober**	**November**	**Desember**
1	Penentuan Fenomena	√			
2	Pembuatan Proposal		√		
3	Pengumpulan Data		√		
4	Analisis Data		√	√	
5	Penulisan Laporan			√	√

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id