

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Perilaku Komunikasi

Dalam sosiologi perilaku dianggap sebagai sesuatu yang tidak ditujukan kepada orang lain dan oleh karenanya merupakan suatu tindakan sosial manusia yang sangat mendasar.

Perilaku adalah hasil pengalaman, dan perilaku digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan. Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.²³

a. Faktor-Faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku

Perspektif yang berpusat pada personal mempertanyakan faktor-faktor internal baik berupa sikap insting, motif, kepribadian, sistem

²³ http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_manusia diakses pada tanggal 30 Mei 2015

kognitif yang menjelaskan perilaku manusia. Secara garis besar ada dua faktor yaitu faktor biologis dan faktor sosiopsikologis.²⁴

1) Faktor Biologis

Faktor biologis terlibat dalam seluruh kegiatan manusia, bahkan dengan faktor-faktor sosiopsikologis. Bahwa warisan biologis manusia menentukan perilakunya, dapat diawali sampai struktur DNA yang menyimpan seluruh memori warisan biologis sampai muncul aliran baru, yang memandang dalam segala kegiatan manusia, termasuk agama, kebudayaan, moral berasal dari struktur biologisnya. Sistem genetik, misalnya, mempengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi dan emosi. Sistem saraf mengatur pekerjaan otak dan proses pengolahan informasi dalam jiwa manusia. Sistem hormonal bukan saja mempengaruhi mekanisme biologis, tetapi juga proses psikologis.

2) Faktor Sosiopsikologis

Karena manusia makhluk sosial, dari proses sosial inilah memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilaku manusia, terdapat tiga komponen yaitu :

a. Komponen Afektif

Komponen afektif adalah aspek emosional dari faktor sosiopsikologis.

Komponen afektif terdiri dari motif sosiogenis, sikap, dan emosi.

Komponen afektif terdiri dari :

²⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung:Remaja karya, 1986) hlm. 42

1. Motif sosiogenis

Motif sosiogenis sering juga disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis). Peranannya dalam membentuk perilaku sosial bahkan sangat menentukan. Berbagai klasifikasi motif sosiogenis disajikan di bawah ini²⁵ :

W.I Thomas dan Florian Znaniecki :

- a. Keinginan memperoleh pengalaman baru
- b. Keinginan mendapat respons
- c. Keinginan akan pengakuan
- d. Keinginan akan rasa aman

David McClelland :

- a. Kebutuhan berprestasi (*need for achievement*)
- b. Kebutuhan akan kasih sayang (*need for affiliation*)
- c. Kebutuhan berkuasa (*need for power*)

2. Sikap

Sikap adalah konsep konsep yang paling penting dalam psikologi sosial dan yang paling banyak didefinisikan.

3. Emosi

Emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai oleh gejala-gejala kesadaran, keperilakuan, dan proses fisiologis.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 46

Menurut Coleman dan Hammen (1974)²⁶ fungsi-fungsi emosi

yaitu :

- a. Emosi adalah pembangkit energi (*energizer*)
- b. Emosi adalah pembawa informasi (*messenger*)
- c. Emosi bukan saja pembawa informasi dalam komunikasi intrapersonal, tetapi juga pembawa pesan dalam komunikasi interpersonal
- d. Emosi juga merupakan sumber informasi tentang keberhasilan.

b. Komponen Kognitif

Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen kognitif merupakan komponen tentang kepercayaan. Kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosiopsikologis, kepercayaan disini tidak ada hubungannya dengan hal-hal yang gaib, tetapi hanyalah keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman, atau intuisi.

c. Komponen Konatif

Adalah volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. Komponen konatif terdiri dari :

²⁶ *Ibid.*, hlm. 51

1. Kebiasaan

Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan.

2. Kemauan

Menurut Richard Dewey dan W,J Humber²⁷, kemauan merupakan :

- a. Hasil keinginan untuk mencapai tujuan tertentu yang begitu kuat sehingga mendorong orang untuk mengorbankan nilai-nilai yang lain, yang tidak sesuai dengan pencapaian tujuan.
- b. Berdasarkan pengetahuan, tentang cara-cara yang diperlukan untuk mencapai tujuan
- c. Dipengaruhi oleh kecerdasan dan energi yang diperlukan untuk mencapai tujuan
- d. Pengeluaran energi yang sebenarnya dengan satu cara yang cepat untuk mencapai tujuan.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama

²⁷ *Ibid.*, hlm. 54

Beberapa ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Sebagaimana yang dikatakan oleh Everett M. Rogers menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dan definisi dari Harold D. Lasswell, yaitu cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect? (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?). Berbeda lagi dengan Carl I. Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain.²⁸

Definisi-definisi sebagaimana yang dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi di atas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

Terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

²⁸ *Ibid.*, hlm. 68

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertainment*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)²⁹

Keempat fungsi komunikasi di atas, turut mengambil peranan dalam setiap proses yang terjadi. Mulai dari mengubah sikap seseorang, merubah pendapat dan pandangan seseorang, merubah perilaku, serta merubah kehidupan sosial penggunanya.

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya unpan yang diberikan oleh lawan bicara serta semua pesan yang disampaikan dapat diterima oleh lawan bicara dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Little John menyebutkan³⁰, setidaknya terdapat tiga pandangan mengenai perilaku yang termasuk dalam komunikasi. Pertama, komunikasi harus terbatas pada pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka. Kedua, komunikasi harus mencakup semua perilaku yang bermakna bagi penerima, apakah disengaja ataupun tidak. Ketiga, komunikasi harus mencakup pesan-pesan yang dikirimkan secara

²⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2003) hlm. 55

³⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2008) hlm. 63

sengaja, namun sengaja ini sulit ditentukan. Semua pakar komunikasi sepakat bahwa komunikasi mencakup perilaku sengaja yang diterima, namun mereka tidak sepakat perilaku lainnya yang dianggap sebagai komunikasi.

Meskipun komunikasi menyangkut perilaku manusia, tidak semua perilaku manusia itu adalah komunikasi. Menurut Pace dan Faules³¹, perbedaan tersebut sederhana namun rumit. Menurut mereka terdapat dua bentuk umum tindakan yang dilakukan orang yang terlibat dalam komunikasi, yaitu penciptaan pesan dan penafsiran pesan. Pesan disini tidak harus berupa kata-kata, namun bisa merupakan pertunjukan (*display*) yang lazimnya disebut pesan nonverbal. Seperti definisi komunikasi menurut Tubbs dan Moss yaitu proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2). Jadi, perilaku dapat dikatakan suatu komunikasi apabila suatu tindakan yang dilihat oleh orang lain, atau ada yang menjadi komunikan atau penerima pesan. Jadi inti dari komunikasi adalah penafsiran (interpretasi) atas pesan tersebut, baik disengaja ataupun tidak disengaja.

³¹ *Ibid*, hlm. 65

2. Perilaku Komunikasi Dunia Maya

Perilaku komunikasi dapat diartikan suatu tindakan yang sengaja maupun tidak disengaja oleh seseorang yang ditafsirkan oleh orang lain.

Dunia maya (cyberspace) adalah realita yang tersambung secara global, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, virtual. Persoalan *cyber* seperti perumpamaan ruang waktu bahwa manusia memiliki kehidupan baru di atas dunia nyata.³² Dalam pemakaian umum saat ini, dunia maya adalah istilah komprehensif untuk world wide web, internet, milis elektronik, kelompok-kelompok dan forum diskusi, ruang ngobrol (chatting), permainan interaktif *multi-player*, dan bahkan e-mail.³³ Sedangkan komunikasi maya dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan tidak dalam bentuk tatap muka langsung oleh penggunanya, akan tetapi interaksi mengirim atau menerima pesan atau informasi melalui media internet.

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.

Jika pada kehidupan nyata, manusia biasanya berkomunikasi secara lisan, maupun dengan gerakan, atau simbol yang biasa disebut dengan

³² Burhan Bungin, *Teori Komunikasi Dunia Maya* (Jakarta, Gramedia, 2009) hlm. 295

³³ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa* (Jakarta, Prenada Media Grup, 2009) hlm. 446

nonverbal, dalam dunia maya, perilaku manusia ditunjukkan dengan mempergunakan fitur-fitur yang ada pada dunia maya, seperti fitur-fitur dalam media sosial. Pengguna dunia maya pun berkomunikasi secara tekstual atau dalam bentuk tulisan. Untuk nonverbalnya pengguna biasanya menggunakan emoticon yang disediakan. Namun, pengguna internet pun masih dapat berkomunikasi secara lisan dalam bentuk video call di internet. Komunikasi di era cyber merupakan komunikasi yang berdasar pada pemaknaan interpretative orang-orang terhadap simbol-simbol yang berkelieran di dalamnya.

Kehidupan masyarakat nyata adalah sebuah kehidupan masyarakat yang secara inderawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, dimana hubungan-hubungan sosial sesama masyarakat dibangun melalui penginderaan. Sedangkan kehidupan masyarakat di dunia maya adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas.³⁴ Perilaku yang terjadi saat di dunia maya ditentukan oleh kepentingan manusia dalam dunia maya. Interaksi sosial sementara terjadi pada anggota masyarakat yang sepintas lalu ingin “jalan-jalan” melalui *browsing, chatting* atau *search*.

³⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2006) hlm. 164

3. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.³⁵

Karakteristik-karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut³⁶:

a. Komunikator Terlembagakan

Menurut Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

b. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa itu bersifat umum. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

c. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Pada komunikasi antarpersona, komunikator akan mengenal komunikannya melalui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi

³⁵ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009) hlm. 6

³⁶ *Ibid.*, hlm. 7

massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

d. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

e. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting, bagaimana seseorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, dan sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikasi massa dalam komunikasinya menggunakan media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikatornya aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun keduanya

tidak dapat melakukan dialog seperti dalam komunikasi antarpersona.

g. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Pada komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar, majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar. Sedangkan pada media televisi dan film, khalayak menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

h. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Komponen umpan balik atau *feedback*, merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Dalam komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung dan tertunda. Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

4. Internet

Secara harfiah, internet (kependekan daripada perkataan „inter-network“) ialah rangkaian komputer yang terhubung menelusuri beberapa rangkaian.³⁷ Menurut Laquey³⁸, internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. Misi

³⁷ <http://id.wikipedia.org/wiki/Internet> diakses pada tanggal 20 Mei 2015

³⁸ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009) hlm. 150

awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan bersaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.

Menurut Laquey³⁹, yang membedakan internet (dan jaringan global lainnya) dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya.

Internet adalah bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu seperti komputer (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, dan telepon. Setelah penemuan komputer tahun 1960-an dan terus berkembang sampai pada tahun 1990-an sehingga melahirkan teknologi Internet, para ahli tercengang dengan begitu pesatnya perkembangan teknologi ini yang oleh mereka disebut “sebagai yang tidak terduga”. Internet begitu memukau dan begitu cepat berkembang dengan varian-varian programnya yang menjadikan bumi ini dalam cengkeraman teknologi. Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi, namun juga telah mampu menciptakan

³⁹ *Ibid.* Hlm.152

dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas materealistis yang tercipta dalam dunia maya.⁴⁰

Sayling Wen (2001)⁴¹ menjelaskan sekarang ini yang terpenting dan paling luas adalah internet, yang menghubungkan komputer-komputer pribadi yang paling sederhana hingga komputer-komputer yang paling canggih, inilah struktur jaringan komputer yang saling berhubungan. Layanan yang diberikan oleh internet mencakup *e-mail*, Netnews, Telnet, *File Transfer Protocol (FTP)*, dan *world wide web (www)*, dimana yang paling banyak digunakan adalah email serta *www*. Bagi pengguna teratur, *www* telah hampir sama dengan internet. Para pengguna dapat memasuki situs yang diinginkannya dan memilih hubungan dengan suatu topik yang spesifik, sehingga dapat mengakses muatannya seketika.

Perkembangan lain dari internet adalah mesin pencari dan lacak, seperti *browsers* dan *search engines*. Melalui mesin ini informasi atau teks dalam situs manapun dapat dilacak. Ini memiliki fungsi *hyperlink* multimedia, yang membantu para pengguna untuk melakukan *browsing* secara cepat dan sistematis.

Quarterman dan Mitchell membagi kegunaan internet dalam empat kategori⁴², yaitu :

⁴⁰ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2006) hlm 136

⁴¹ *Ibid*, hlm 137

⁴² <http://www.slideshare.net/mashendri1/remaja-dan-internet> diakses pada tanggal 30 Mei 2015

1. Internet sebagai media komunikasi

Merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.

2. Media pertukaran data

Dengan menggunakan email, newsgroup, ftp dan www (world wide web) para pengguna internet diseluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.

3. Media untuk mencari informasi atau data

Perkembangan internet yang pesat, menjadikan www sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.

4. Fungsi komunitas

Internet membentuk masyarakat yang beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguna internet berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Maka internet sering disebut sebagai cyberspace atau virtual world (dunia maya).

5. Sosial Media

Media baru (*new media*) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah internet. Dalam media baru

dapat memudahkan manusia untuk mengetahui segala informasi yang jauh, sehingga dapat bertemu secara tatap muka dalam sebuah teknologi. Melalui media baru juga mendapatkan berbagai informasi dari seluruh dunia.

Ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu :

a. Interactivity

Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap tawaran dari sumber atau pengirim.

b. Social presence (socialbility)

Dialami oleh pengguna, sense of personal contact dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Media Richness: media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.

c. Autonomy

Seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.

d. Playfulness

Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.

e. Privacy

Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.

f. Personalization

Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.⁴³

Salah satu konten yang sedang berkembang dan menjadi alasan menggunakan internet adalah adanya media sosial. Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses media sosial seperti twitter, instagram atau bahkan youtube, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone.

Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada sosial media, seseorang dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual.

Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Situs media

⁴³ Ekky Puspika Sari, "Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung". *Skripsi*. 2013. hlm. 46

sosial mempunyai banyak bentuk seperti blog, microblog (Twitter), jejaring sosial (Facebook dan instagram).

1) Twitter

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter yang dikenal dengan kicauan (*tweet*). Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet. Di twitter pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa memosting kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.⁴⁴

Pada twitter, para penggunanya dapat mengikuti (*following*) akun-akun pengguna twitter lain yang disukai atau dikehendakinya untuk diikuti. Penggunapun juga dapat diikuti oleh pengguna lainnya. Semua kicauan atau postingan *tweet* pengguna yang diikuti akan muncul dalam *timeline* si pengikut (*followers*). Banyak fitur-fitur menarik yang tersedia pada twitter selain fitur *follow*. Yang utama yaitu *tweet*, yang menjadikan para pengguna dapat menuliskan apapun

⁴⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> diakses pada tanggal 20 Mei 2015

di akunnya dengan batas maksimal 140 karakter, pada fitur *tweet* juga ada *mention* yaitu dengan menuliskan *tweet* dengan menyebutkan *username* pengguna lain untuk mengobrol. Selain tulisan, pengguna juga dapat mengunggah foto. Fitur lain yaitu *retweet*, yang membuat pengguna dapat membagikan suatu tulisan dari akun lain kepada *followers* nya. Fitur twitter yang digemari oleh penggunanya adalah fitur *Trending Topic*, yaitu fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna twitter untuk membicarakan topik tertentu bersama-sama dan menjadi tren. Suatu topik bisa menjadi tren karena adanya upaya terpadu oleh pengguna, ataupun karena adanya suatu peristiwa yang mendorong orang untuk membicarakan satu topik tertentu. Tak jarang *Trending Topic* dijadikan suatu ajang untuk mengangkat suatu topik menjadi terkenal di suatu negara, bahkan di dunia atau dikenal dengan TTWW (*World Wide Trending Topic*)

2) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Satu fitur yang unik di instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Instagram dapat diakses

melalui *smartphone*. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play.⁴⁵

Sistem sosial di dalam instagram adalah seperti halnya pada twitter, dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Selain itu, instagram juga dapat terkoneksi langsung dengan aplikasi sosial media yang lain seperti twitter dan facebook. Instagram juga mampu melakukan proses edit terhadap foto sebelum diunggah ke jaringan. Foto-foto yang akan diunggah melalui instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam instagram adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk persegi saja. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

⁴⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada tanggal 20 Mei 201

6. Fans

Joli Jensen⁴⁶, menyatakan bahwa fans atau penggemar berhubungan erat dengan dunia selebritas. Fans merupakan sebuah respon dari sistem selebritis melalui media massa. Media massa memberikan andil yang cukup besar terhadap perilaku fans. Artinya, media massa yang membentuk sebuah wacana tentang seorang bintang hingga khalayak menjadi mengagumi dan memuja-muja bintang tersebut, bahkan menjadi histeris karenanya.

Menurut Storey⁴⁷, kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan. Mereka cenderung terobsesi terhadap hal-hal yang berhubungan dengan sesuatu hal yang digemari, dalam hal ini adalah pekerja hiburan yang mereka idolakan. Semua hal yang dilakukan berhubungan dengan idolanya hanya sebagai pembuktian pada lingkungannya bahwa mereka adalah penggemar sejati sang idola. Kelompok penggemar bisa disebut fanatik karena mereka cenderung terikat kepada preferensi mereka. Komunitas penggemar biasanya melakukan pertukaran pesan mengenai idolanya. Bagi para penggemar ada kepuasan tersendiri untuk mampu berbagi informasi satu sama lain. Kelompok penggemar hakikatnya adalah perjuangan para penggemar untuk menciptakan budaya partisipatoris. Para penggemar ini berbagi informasi untuk semakin banyak

⁴⁶<http://www.slideshare.net/prasetiyoekolaksono/ppt-8-budaya-pop>

⁴⁷ Apfia Dita, "Artikulasi Fanatisme ELF di Dunia Maya (Studi dalam Kelompok The Neo Korean Wave dalam Twitter)". *Jurnal*. 2013. Hlm 1

yang mengetahui mengenai idolanya, dari yang tidak tahu menjadi tahu, dan yang sudah tahu menjadi semakin ketergantungan konsumsi informasi.

B. Kajian Teori

Teori Determinisme Teknologi

Teori Determinisme Teknologi dikemukakan pertama kali oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lain.⁴⁸

Mc Luhan percaya bahwa penemuan telegraf pada tahap selanjutnya, mengantarkan orang-orang memasuki era elektronik. Kemampuan yang terjadi akibat era elektronik menyebabkan perluasan yang lebih baik pada pikiran dan perasaan manusia. Manusia tidak saja mengandalkan pendengaran dan penglihatan, tetapi keduanya sekaligus. Dengan era elektronik, dunia seolah semakin sempit. Ketika manusia memanfaatkan media elektronik, seperti komputer yang dipasang peralatan internet, bisa “mengitari dunia ini”.⁴⁹

⁴⁸Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Rajawali Pers: Jakarta, 2007) hlm. 184
⁴⁹*Ibid*, hlm 187

Istilah *Technological Determinism* menunjukkan pemikiran Mc Luhan bahwa teknologi berpengaruh sangat besar dalam masyarakat atau dengan kata lain kehidupan manusia ditentukan oleh teknologi. Menurut Mc Luhan, teknologi komunikasi menjadi penyebab utama perubahan budaya. Menurutnya setiap penemuan teknologi baru, mulai dari penemuan huruf, penemuan mesin cetak, hingga media elektronik mempengaruhi institusi budaya masyarakat.

Perubahan pada mode komunikasi membentuk suatu budaya dengan melalui beberapa tahapan, yaitu :

1. Penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya
2. Membentuk kehidupan manusia
3. Peralatan untuk berkomunikasi mempengaruhi kehidupan manusia sendiri

Dengan dilaluinya ketiga tahapan di atas, maka akhirnya peralatan tersebut membentuk atau mempengaruhi kehidupan manusia. Selanjutnya Selain itu pada teori ini juga membagi komunikasi menjadi 4 masa yaitu⁵⁰ :

- a. Masa tribal adalah masa purba, manusia sangat mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Komunikasi pada masa itu hanya mendasarkan diri pada narasi, cerita, dongeng tuturan, dan sejenisnya.

⁵⁰ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2013) hlm. 488

Bahkan McLuhan mengibaratkan pendengaran sebagai raja – *ear as king; hearing was believing* – pada masa itu.

- b. Masa melek huruf adalah masa ketika manusia sudah mulai mengenal huruf. Pada masa ini saluran komunikasi telah bergeser dari telinga menjadi mata. Terjadi pergeseran dimana manusia masa itu sudah beralih minat dari mendengarkan menjadi minat membaca, menghitung, dan hal lainnya yang masuk dalam ranah dunia tulisan. Ini menjadi permulaan munculnya komunikasi tanpa tatap muka.
- c. Massa cetak adalah masa yang ditandai dengan kehadiran mesin cetak. Karena sangat besarnya mesin cetak ini McLuhan menyebut masa ini sebagai “The Gutenberg Galaxy”. Hal ini dikarenakan mesin cetak mampu membentuk homogenisasi pemikiran masyarakat sesuai apa dengan informasi yang dikeluarkan oleh mesin cetak. Masyarakat saat itu menganggap mesin cetak adalah sebuah teknologi yang luar biasa. McLuhan mengatakan kekaguman terhadap karakter – karakter yang mirip dari beberapa buku menjadi aspek kuat dari mesin cetak.
- d. Masa elektronik adalah masa yang ditandai dengan kehadiran telegraf pada tahun 1900-an yang ditemukan oleh Samuel F.B. Morse bersama dengan asistennya Alexander Bain. Lalu diikuti oleh berbagai teknologi komunikasi lainnya seperti telepon, radio, TV, handphone, hingga internet.

e. Masa elektronik juga membawa manusia kembali ke masa tradisi lisan. Kini masyarakat hidup pada era “global village”, dimana media elektronik telah membawa manusia untuk saling bersentuhan dimanapun, kapanpun, dan secara instan. Akibatnya sudah hampir tidak ada lagi privasi, dan tidak ada lagi batas antar negara karena setiap manusia sudah tergabung pada satu masyarakat global.

Teori ini juga mengatakan bahwa saluran sebuah pesan adalah bagian dari pesan tersebut. Ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh saluran dalam penerimaan sebuah isi pesan. Hal ini terkait seberapa terkininya saluran dan seberapa dapat dipercayanya saluran pesan. Maksudnya adalah penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi itulah yang sebenarnya yang mengubah kebudayaan manusia. Jika Karl Marx berasumsi bahwa sejarah ditentukan oleh kekuatan produksi, maka menurut McLuhan eksistensi manusia ditentukan oleh perubahan mode komunikasi.