BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Media Sosial Path

Penggalangan dana untuk mendirikian Path diawali oleh 3 pendiri Path yaitu Dave Morin, Shawn Fanning, dan Dustin Mierau. Penggalangan dana ini berhasil mengumpulkan beberapa penyumbang di antaranya Ron Conway, Paul Buchheit, Ashton Kutcher, dan lain-lain. Pada bulan februari 2011, perusahaan ini berhasil menggalang dana sebesar $8.5 juta untuk modal dasar yang berasal dari Kleiner Perkins Caufield & Byers dan Index Ventures serta Digital Garage dari Jepang.

Pada bulan November dan Desember 2011, Path meluncurkan beberapa fitur baru dan meningkatkan penggunanya dari 30.000 menjadi lebih dari 300.000 dalam waktu kurang dari 1 bulan. Pada Februari 2012, perusahaan ini dikritik secara luas karena aplikasi ini mengakses dan menimpan kontak yang ada di dalam telepon selular pengguna tanpa persetujuan dari pengguna sendiri. Dalam sebuah blog yang diunggah oleh CEO Path sendiri, perusahaan meminta maaf dan menyatakan bahwa Path telah mengubah praktik ini. Bagaimanapun, pada Maret 2012, perusahaan mendapatkan permintaan untuk memberikan informasi dari representatif kongres Henry A. Waxman dan G. K. Butterfield beserta 33 pengembang aplikasi lainnya yang menanyakan secara detail informasi apa saja yang telah dikumpulkan dari pengguna Path dan bagaimana mereka

menggunakannya. Pada Februari 2013, perusahaan ini dikenai denda sebesar $800.000 oleh FTC karena menyimpan data dari pengguna di bawah umur dan diharuskan untuk evaluasi atas kebijakan privasi setiap 2 tahunn selama 20 tahun ke depan.

Path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dalam *smartphone* 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". CEO Path Dave Morin, mengatakan kalau Path didesain berdasarkan sebuah teori ilmu sosial yang dikembangkan oleh seorang profesor di Oxford University yaitu Robin Dunbar. Tujuan utama path tetap sama, yaitu untuk menjadi sebuah jurnal kehidupan yang dapat digunakan untuk berbagi semua saat yang berbeda dan berharga dengan orang-orang terdekat.

Riset yang dilakukan profesor Dunbar juga menunjukkan bahwa hubungan personal cenderung akan meluas sampai kisaran tiga. Artinya, jika memiliki 5 teman yang dianggap sebagai teman terdekat, 20 orang sebagai teman biasa maka 50 adalah batas personal *networks* yang dimiliki. "Itu adalah jumlah orang yang bisa kita percaya, orang-orang yang mendapat kepercayaan dari kita dan kita anggap sebagai orang paling penting dan berharga dalam hidup kita". Teori pertemanan itu memang melibatkan hitungan matematis yang sedikit rumit

tapi sebenarnya inti dari teori sosial dalam hal pertemanan itu adalah “secara teori akan bisa menjadi diri sendiri ketika menggunakan Path”. Dengan membuat akun di Path dengan batasan teman 150 orang maka tidak akan khawatir, mendapatkan komen atau pesan yang salah di salah satu foto yang di upload. Lebih jauh, orang-orang yang ada di *friends list* adalah orang-orang yang benar-benar dikenal, sehingga kemungkinan terjadi kesalahpahaman dalam komentar/pesan atau hal-hal lain yang orang tulis di Path akan sangat kecil sekali.

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 Dustin Mierau, Shawn Fanning dan mantan Eksekutif dari Facebook, Dave Morrin. Path didirikan dengan tujuan membuat sebuah jurnal yang interaktif bagi penggunanya. 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.

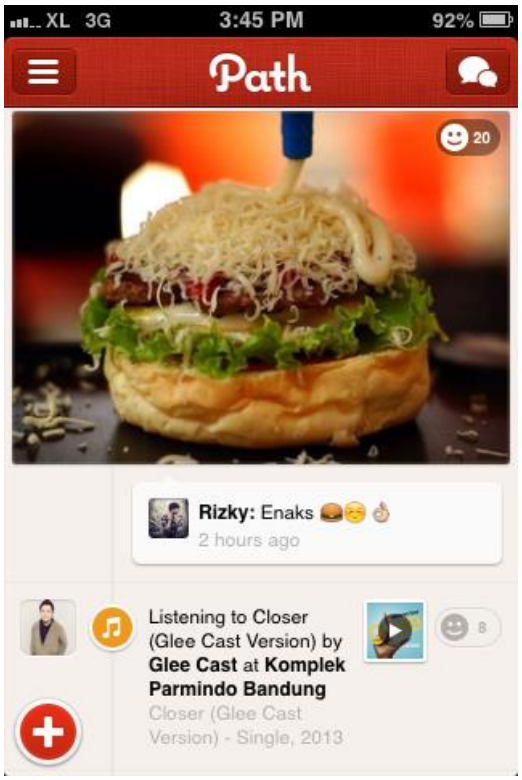
Path telah berhasil menjadi salah satu jejaring sosial yang terkenal dan banyak digunakan oleh pengguna di seluruh dunia. Perkembangan ini tidak terlepas dari beberapa kelebihan Path yang berbeda dari jejaring sosial lainnya. Kelebihan Path yang sangat menonjol dari jejaring sosial lainnya adalah jumlah interaksi yang sangat terbatas. Jumlah pengguna yang dapat berinteraksi dengan

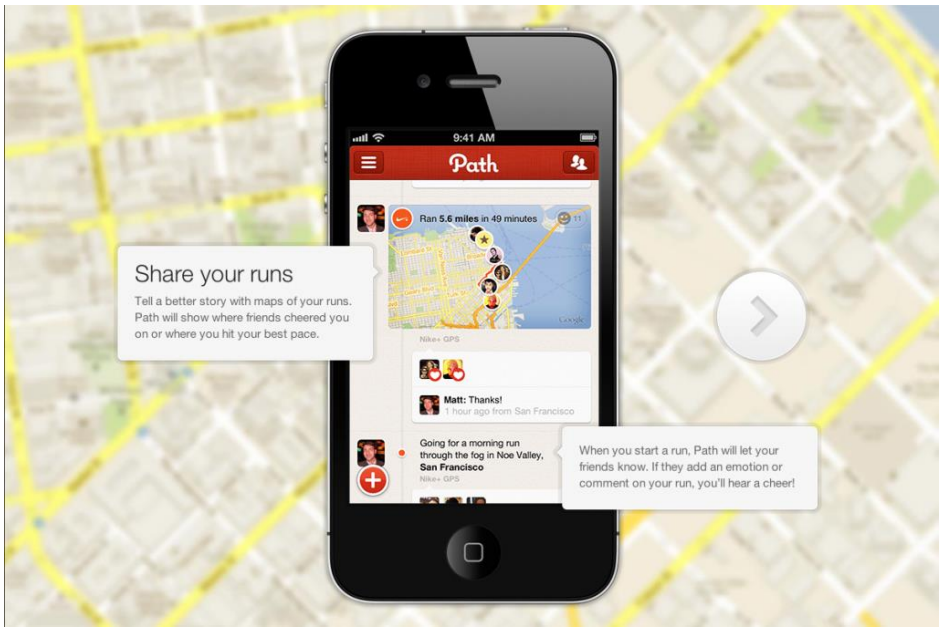
satu pengguna dibatasi sampai 150 saja. Hal ini menjadikan akun dari Path eksklusif dan menjaga privasi dari pengguna. Selain itu, kelebihan Path dalam hal privasi pengguna tidak memungkinkan pengguna yang tidak disetujui untuk mengakses akun yang ada. Tidak adanya kolom iklan dan promosi lainnya menjadikan Path lebih terfokus kepada pengguna sendiri.

Dengan menjamurnya jejaring sosial seperti *Foursquare* dan juga *Pinterest* akhir-akhir ini, Path telah menjadi salah satu dari sosial media yang patut diperhatikan. Path menjadikan berbagi momen lebih mudah dan juga lebih interaktif. Pengembangan dari Path yang ada menjadikan jejaring sosial ini terkenal dan menarik banyak pengguna. Fitur-fitur yang tersedia dalam jejaring sosial ini menggabungkan beberapa fitur yang terdapat dalam jejaring sosial lain ke dalam satu kemudahan.

Salah satu pendiri Path yang merupakan mantan eksekutif dari jejaring sosial terkenal lainnya yaitu Facebook, memberikan banyak pengalaman yang dapat digunakan oleh perusahaan ini untuk mengembangkan aplikasinya. Pengguna Path dapat berbagi dengan 150 pengguna Path lainnya yang telah disetujui dan juga menjadi jurnal pribadi dari pengguna. Path memungkinkan pengguna untuk dapat menampilkan kehidupan mereka di dalam satu aplikasi. Path telah berkembang dari aplikasi untuk berbagi gambar menjadi aplikasi untuk berbagi pengalaman secara langsung dengan fitur-fitur yang ada. Dengan perkembangan pengguna yang telah bertambah 2 juta orang dalam 2 bulan setelah desain ulang yang dilakukan baru-baru ini, Path tentunya dapat menjadi jejaring sosial yang solid di masa depan.

Gambar 3.1
Media Sosial Path





(Sumber, blog.spot.com)

3.1.2 Visi, Misi, Tujuan dan Moto Media Sosial Path

3.1.2.1 Visi Media Sosial Path

Visi utama media sosial Path adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu.

3.1.2.2 Misi Media Sosial Path

Misi media sosial Path adalah untuk memberi ruang yang terpercaya untuk berbagi dengan teman dekat serta keluarga dan menjaga keamanan serta privasi pengguna Path

3.1.2.3 Tujuan Media Sosial Path

Path didesain berdasar sebuah teori ilmu sosial yang dikembangkan oleh seorang profesor di *Oxford University* yaitu Robin Dunbar dengan tujuan utama Path yaitu untuk menjadi sebuah jurnal kehidupan yang dapat digunakan untuk berbagi semua saat yang berbeda dan berharga dengan orang-orang terdekat.

3.1.2.4 Moto Media Sosial Path

Path mempunyai moto atau *tagline "The smart journal that helps you share life with the ones you love."* Yaitu tentang hubungan yang bisa dipercaya sepanjang kehidupan seseorang.

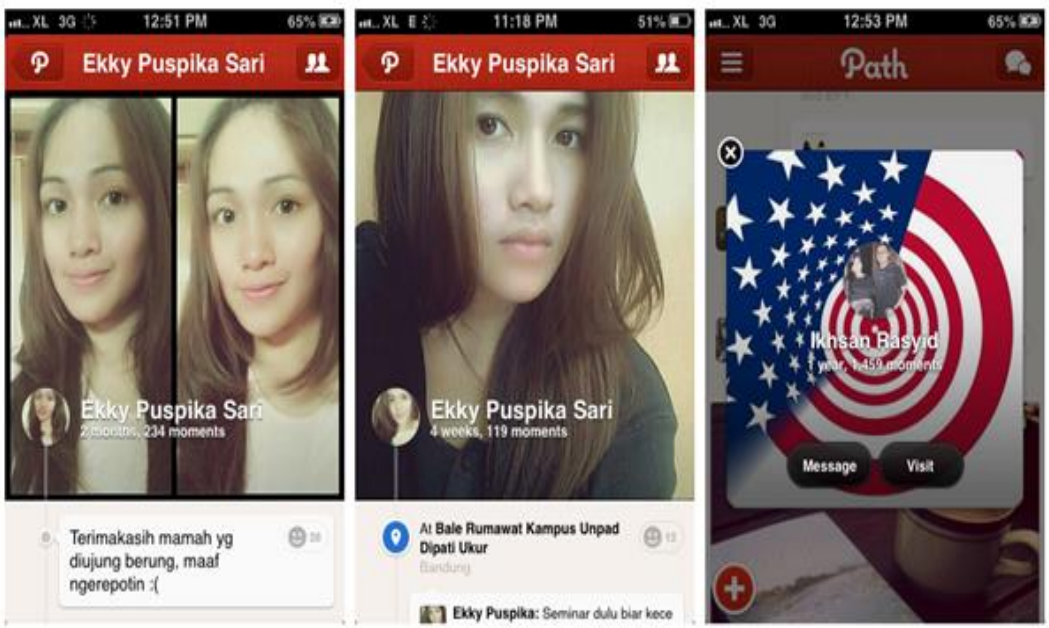
3.1.3 Fitur-Fitur Path

1. **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, Foursquare, Tumblr dan Twitter.

Gambar 3.2

Profil Pengguna Media Sosial Path



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

2. 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.

Gambar 3.3

Belanja Stiker di Shop Media Sosial Path



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

3. 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.

Gambar 3.4

Upload Foto di Media Sosial Path



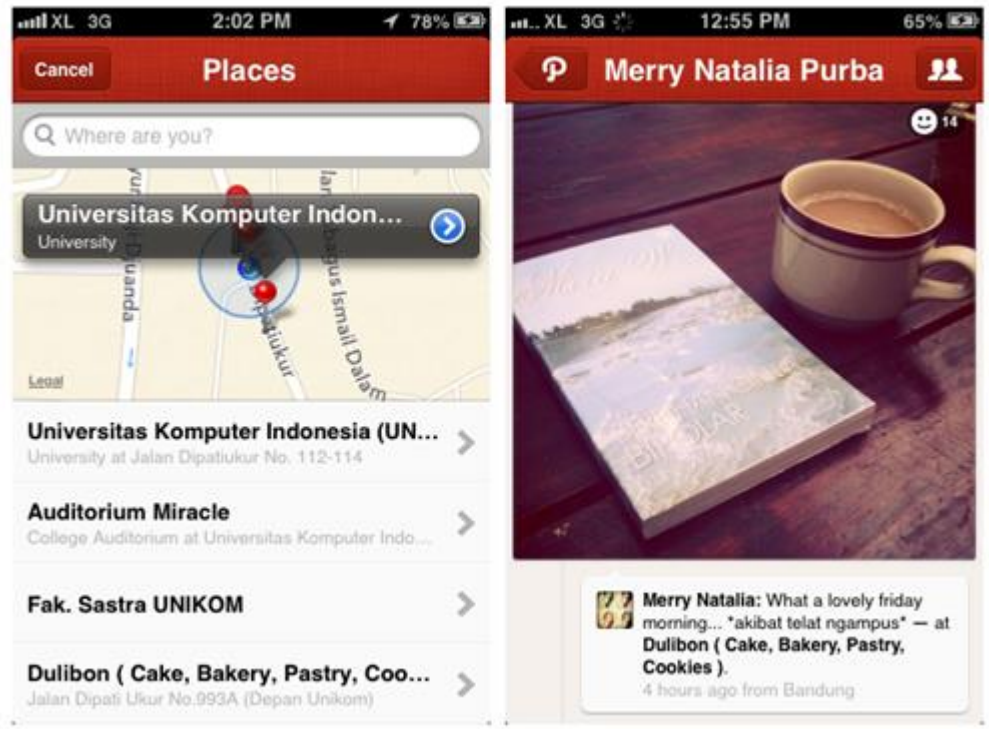
(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

4. 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.

Gambar 3.5

Update lokasi di Media Sosial Path

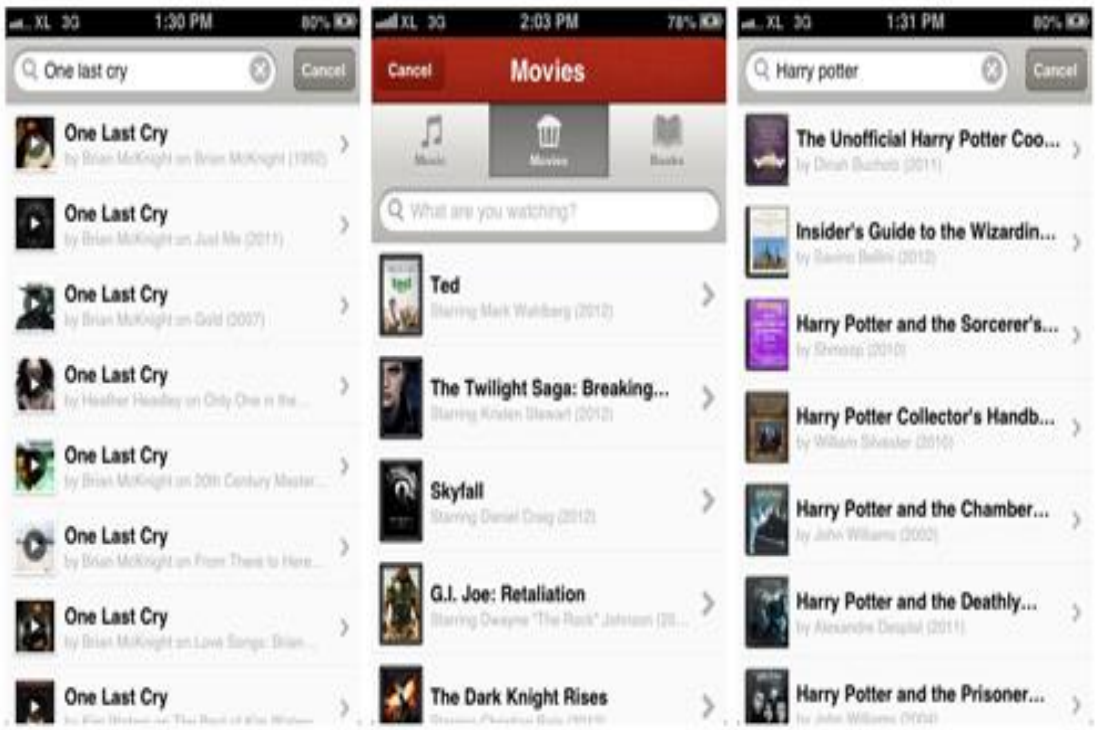


(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

5. 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.

Gambar 3.6
Musik, Film dan Buku



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

6. 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.

Gambar 3.7
Membuat Status



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

7. 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.

Gambar 3.8
Tidur dan Bangun Tidur



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

8. 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.

Gambar 3.9

Mengirim pesan



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

9. 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, dan lain-lain.

Gambar 3.10

Komentar



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

10. 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.

Gambar 3.11
Emosi di Media Sosial Path



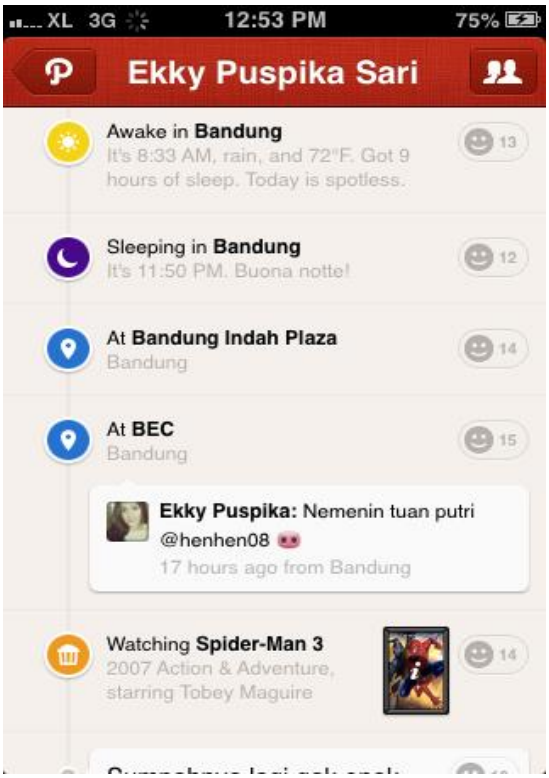
(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

11. 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.

Gambar 3.12

Terlihat



(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

3.1.4 Pendiri (Founder) Media Sosial Path

Gambar 3.13

Pendiri (Founder) Media Sosial Path

1. **Dave Morin**



2. **Shawn Fanning**



3. Dustin Mierau



(Sumber :Google Images)

3.1.5 Data Perkembangan Media Sosial Path

Path raih pendapatan terbesar sepanjang sejarah, pengguna Path 3.0 mengirimkan 1 Juta pesan dalam 24 Jam pertama, sejak Path 3.0 Dirilis, datang sebagai pendatang baru di dunia media sosial, tampaknya pembaruan tersebut adalah sebuah langkah yang baik bagi Path, karena tercatat dalam 24 jam pertama, ada dua pencapaian baru yang didapat oleh Path berkat pembaruan tersebut. Pencapaian yang pertama adalah dalam 24 jam pertama aplikasi Path 3.0 dirilis, Path mendapat uang lebih banyak dari pada yang pernah mereka buat, dan dalam jangka waktu yang sama, satu juta pesan terkirim melalui fitur *private messaging* terbaru mereka. Itu adalah informasi yang diberikan oleh CEO dari Path, Dave Morin dalam wawancara yang dilakukan oleh TechCrunch.

Dave Morin mengatakan bahwa fitur *private messaging* sangat sukses dan digunakan oleh banyak pengguna dalam waktu yang singkat. Apabila dihitung, 1 juta pesan dalam 24 jam itu artinya 42.000 pesan dalam satu jam, atau 700 pesan setiap menitnya. Di dalam *private messaging* Path 3.0 ada fitur sticker sebagai emoticon dalam berkirim pesan. Anda dapat memiliki dua paket sticker secara gratis, tetapi apabila Anda ingin menambahkan koleksi *sticker* Anda, Anda dapat membeli paket-paket lainnya dengan harga $1,99 (sekitar Rp 18.000). Ini adalah sebuah berita baik bagi seorang pendatang baru di dunia media sosial. Dengan 6 juta anggota yang terdaftar hingga detik ini, Path sepertinya memiliki masa depan yang cerah, walaupun telah dikelilingi oleh banyak kompetitor.

3.1.6 Tinjauan Tentang Mahasiswa Unikom Pengguna Path

Dalam artikel (http://justbecindy.blogspot.com/2013/01/manfaat-media jejaring-sosial-bagi.html), Media sosial kini menjadi tren bagi masyarakat, khususnya mahasiswa. Bahkan media sosial bisa dikatakan sebagai media komunikasi terfavorit di kalangan mahasiswa. Tidak jarang mahasiswa yang menganggap aktivitas di media sosial merupakan gaya hidupnya. Media sosial kini layaknya candu yang membuat para mahasiswa ketagihan. Banyak pula mahasiswa yang menganggap situs jejaring sosial sebagai sahabatnya.

Pengguna media sosial pun semakin bertambah. Kemudahan dalam mengoperasikan dan mengakses, biaya akses yang murah, hadirnya aplikasi-aplikasi yang menarik, serta pengembangan-pengembangan yang dilakukan *provider* ikut ambil bagian dalam peningkatan jumlah pengguna jejaring sosial ini.

Para mahasiswa mengaku, banyak sekali manfaat yang mereka dapat di media sosial. Sebagian besar mengungkapkan bahwa media sosial merupakan media komunikasi yang efektif. Tentu saja hal itu dikarenakan mayoritas mahasiswa mempunyai akun media sosial dan aktif dalam mengaksesnya. Mereka dapat saling bertukar informasi dalam bidang akademik dan lain sebagainya. Media sosial digunakan sebagai ajang membuat grup, menjalin pertemanan dan penunjang percakapan yang berlangsung. Dalam bidang akademik, mahasiswa mengaku lebih nyaman dalam mendapat dan berbagi informasi.

Jejaring sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai hiburan yang murah meriah disaat lelah dengan tugas-tugas yang menumpuk. Dapat sejenak bermain di dunia maya untuk curhat atau lain sebagainya, dalam media sosial mereka dapat memperkuat hubungan pertemanan, membangun hubungan sosial dalam dunia maya, menghapus batasan teman dalam dunia nyata, mengikuti tren teman sebaya, berbagi foto, berhubungan dengan teman lama, dan lain sebagainya.

Memang sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia yang selalu mengikuti perkembangan teknologi baru, tidak ketinggalan juga pada tren media sosial yang selalu menciptakan aplikasi-aplikasi canggih, populernya Facebook dan Twitter sudah menjadi hal yang biasa di kalangan mahasiswa, ini terbukti dengan banyaknya mahasiswa yang beinteraksi dan berbagi informasi dengan mahasiswa lain, mengekespresikan diri mereka dan sekedar menjalin silaturahmi lewat Facebook dan Twitter. Apalagi kini muncul media sosial baru seperti Path, dengan fitur-fitur yang canggih, tampilan menarik dan merupakan layanan untuk

berbagi dengan orang-orang terdekat saja, membuat Path berbeda dengan media sosial lain sehingga menarik perhatian orang yang menggunakannya.

Dari hasil observasi peneliti, Path telah menjamur di kalangan masyarakat terutama mahasiswa Unikom. Banyaknya mahasiswa Unikom yang mempunyai *tablet* dan ponsel *smartphone*, membuat Path dapat dengan mudah di akses oleh mahasiswa di manapun mereka berada. Kebanyakan masyarakat menganggap media sosial adalah dunia kedua bagi kehidupan mereka, tidak dipungkiri juga, ini mungkin bisa terjadi pada mahasiswa Unikom yang memang sudah kecanduan pada penggunaan media sosial. Kehadiran media sosial selain untuk memudahkan penggunanya berinteraksi dengan banyak orang dan mencari informasi, media sosial juga dapat digunakan untuk mengekspresikan diri penggunanya.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

3.2.1 Desain Penelitian

Bodgan dan Taylor (dalam Moleong, 2010:4) menyatakan bahwa:

> "Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati."

Moleong, (2010:13), menjabarkan sebelas karakteristik pendekatan kualitatif yaitu menggunakan latar alamiah, menggunakan manusia sebagai

instrument utama, menggunakan metode kualitatif (pengamatan, wawancara, atau studi dokumen) untuk menjaring data, menganalisis data secara induktif, menyusun teori dari bawah ke atas (misalnya *grounded theory*), menganalis data secara deskriptif, lebih mementingkan proses dari pada hasil, membatasi masalah penelitian, berdasarkan fokus, menggunakan kriteria tersendiri (seperti triangulasi, pengecekan sejawat, uraian rinci, dan sebagainya) untuk memvalidasi data, menggunakan desain sementara (yang dapat disesuaikan dengan kenyataan di lapangan), dan hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama oleh manusia yang dijadikan sebagai sumber data.

Menurut **Moleong** dalam buku metodologi penelitian kualitatif bahwa studi **Deskriptif** adalah :

> "Data yang di kumpulkan berupa kata –kata, gambar dan bukan angka – angka. Hal itu di sebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti". (Moleong, 2013:11)

Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat

> Studi penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi dibidang tertentu atau bidang tertentu secara fakta dan cermat. (Rakhmat, 1997:22)

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam buku Metode Penelitian Komunikasi, Penelitian deskriptif ditujukan untuk :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada
2. Mengidentifikasikan masalah atau memeriksa, kondisi dan praktek-praktek yang berlaku

3. Membuat penjelasan atau evaluasi
4. Menentukan apa, yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan kepuasan pada waktu yang akan dating. (Rakhmat, 2004:25)

Adapun ciri dari metode deskriptif, yaitu :

1. Mencari teori bukan menguji teori
2. Titik berat pada observasi
3. Peneliti bertindak sebagai pengamat dalam suasana, alamiah
4. Mungkin lahir karena kebutuhan
5. Timbul karna, peristiwa, yang menarik perhatian tetapi belum ada kerangka teorinya. (Rakhmat 2004:25)

Berdasarkan penjelasan mengenai definisi studi deskriptif diatas, dalam hal ini peneliti menggunakan studi deskriptif untuk menggambarkan dengan jelas Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung.

3.2.2 Tenik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Studi Pustaka

Memahami apa yang di teliti, maka upaya untuk menjadikan penelitian tersebut baik. Perlu adanya materi-materi yang diperoleh dari pustaka-pustaka lainnya.

Menurut **J.Supranto** dalam buku Rosadi Ruslan, mengemukakan:

> "Studi pustaka adalah "Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan" (Ruslan, 2003:31)

Pada studi pustaka peneliti menggunakan :

a. Referensi buku yang menunjang penelitian.
b. Dokumen-dokumen dari beberapa sumber yang terkait dengan penelitian.
c. Laporan-laporan dari beberapa sumber yang terkait dengan penelitian.
d. Internet searching untuk mencari data-data yang berkaitan dengan penelitian

Pada penelitian apapun bisa juga dalam pengumpulan data dilakukan secara online atau media internet dengan mencari dan mengumpulkan informasi-informasi berupa data-data yang berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti. Diantaranya melalui alamat-alamat website seperti pada www.google.com, e-library Unikom, jurnal-jurnal elektronik, berita-berita online dan yang lainnya.

3.2.2.2 Studi Lapangan

Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara mendalam atau *indepth interview*

   Merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dimaksudkan untuk kepentingan memfokuskan penelitian pada persoalan yang menjadi

pokok dari minat penelitian. Dalam hal ini peneliti perlu membuat sebuah pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, supaya hasil wawancara dapat terekam dengan baik, dan peneliti memiliki bukti telah melakukan wawancara kepada informan atau sumber data.

Adapun pedoman wawancara sebagai berikut :

a. Buku catatan, yang berfungsi untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data dari hasil dari wawancara dengan informan
b. Tape recorder berfungsi untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan pada saat wawancara berlangsung. Hasil wawancara yang berisikan pertanyaan dan jawab
c. Camera berfungsi untuk memotret kalau peneliti sedang melakukan pembicaraan dengan informan/sumber data. Dengan adanya foto ini, maka dapat meningkatkan keabsahan penelitian akan lebih terjamin, karena peneliti betul-betul melakukan pengumpulan data.

Wawancara dilakukan peneliti kepada orang-orang yang dikatagorikan sebagai pengguna media sosial Path, yaitu mahasiswa unikom dengan jumlah 5 orang informan, yang memiliki kecenderungan menggunakan Path. Dimana pemilihan informan berdasarkan observasi yang mengindikasikan bahwa informan adalah benar benar mahasiswa Unikom dan pengguna Path. Untuk mengetahui indikasi sampel informan yang mana terdapat dalam setiap informan terkandung informasi yang bisa memberikan fakta informasi dan pendapat yang diambil oleh peneliti guna memperoleh data yang diinginkan atau relevan dan reliabel.

2. Observasi

Menurut Marshall (1995) dalam Nurohman (2011:19), Observasi menyaratkan pencatatan dan perekaman sistematis mengenai sebuah peristiwa, artefak-artefak, dan perilaku-perilaku informan yang terjadi dalam situasi tertentu, bukan seperti yang belakangan diingat, diceritakan kembali dan digeneralisasikan oleh peneliti itu sendiri. Observasi penting dilakukan agar dalam penelitian tersebut data-data yang diperoleh dari wawancara dan sumber tertulis dapat di analisis nantinya dengan melihat kecenderungan yang terjadi melalui proses dilapangan.

Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi deskriptif yang dilakukan peneliti pada saat memasuki situasi sosial tertentu sebagai objek penelitian. Pada tahap ini peneliti belum membawa masalah yang akan diteliti, maka peneliti melakukan penjelajah umum, dan menyeluruh, melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar dan dirasakan. Semua data direkam, oleh karena itu hasil dari observasi ini disimpulkan dalam kedaan yang belum tertata. Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengikuti dan melihat langsung perilaku komunikasi mahasiswa Unikom yang mengguna sosial media path**.**

3. Dokumentasi

Studi Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dengan mempelajari dokumen-dokumen yang terdapat di perpusatakan kampus dan dokumen online maupun dokumen penelitian serupa yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

3.2.3 Tenik Penentuan Informan

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun kelompok yang sifat-keadaannya akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian. Subjek penelitian yaitu keseluruhan objek dimana terdapat beberapa narasumber atau informan yang dapat memberikan informasi tentang masalah yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unikom yang menggunakan Media sosial Path.

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Dalam hal ini, informan merupakan sumber data penelitian yang utama yang memberikan informasi dan gambaran mengenai pola perilaku dari kelompok masyarakat yang diteliti. (Kuswarno, 2008 : 162).

Dalam menentukan informan penelitian yang diambil dari subjek, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan semple dengan menggunakan teknik *puposive sampling*.

Menurut sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (2011) menyebutkan bahwa :

> *Purposive sampling* adalah ”teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Petimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menejelajahi objek/situasi sosial yang diteliti”. (Sugiyono, 2011:218-219)

Pada penelitian ini menarik Mahasiswa Unikom sebagai informan yang memiliki kecenderungan sebagai pengguna Path yang berjumlah 5 orang. Jumlah 5 orang berdasarkan pra riset sebelumnya yang berbentuk observasi dimana informan yang akan diwawancara adalah benar-benar mahasiswa unikom pengguna Path dengan pertimbangan lamanya bergabung di media sosial Path di atas 4 bulan penggunaannya dan aktif menggunakannya, informan yang dipilih terdiri dari beberapa mahasiswa yang berbeda jurusan di Unikom.

Informan dipilih untuk dijadikan sebagai sumber informasi dan akan dimintai keterangannya melalui wawancara mendalam. Data informan tersebut ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 3.1

Informan Utama

No.	Nama	Usia	Nama Path	Lamanya bergabung di Path	Jurusan
1	Informan 1	22 Tahun	M Ridwan Akbar	7 Bulan	Sistem Informasi
2	Informan 2	21 Tahun	Arie Asyari	1 Tahun	Ilmu komunikasi
3	Informan 3	23 Tahun	Cicilia Meitha	10 Bulan	Akutansi
4	Informan 4	22 Tahun	Tian Kristiansyah	8 Bulan	Desain Komunikasi Visual
5	Informan 5	21 Tahun	Reza Rizki	5 Bulan	Hubungan Internasional

(Sumber : data pribadi peneliti 2013)

3.2.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen adalah :

> "Sebuah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskanya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain". (Moleong, 2010:248)

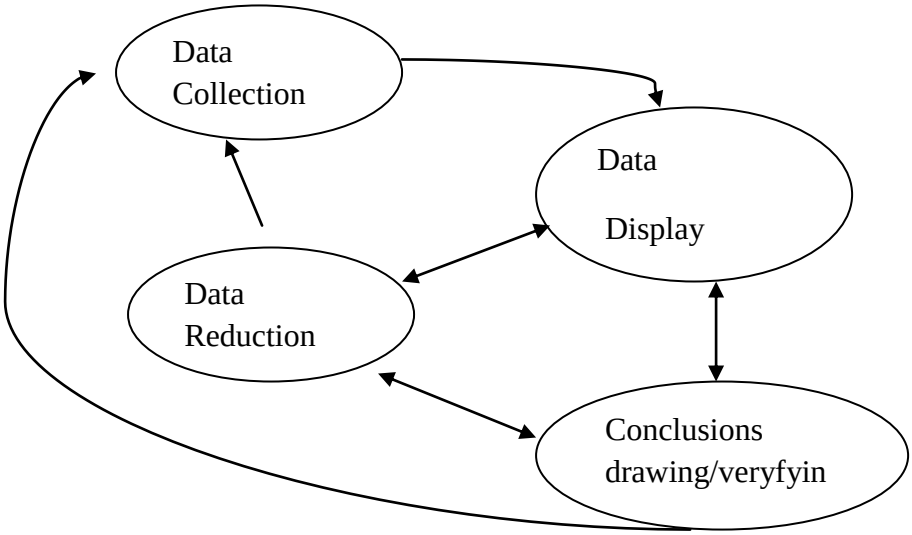
Sementara itu menurut Patton (dalam Moleong, 2010:280)

> "Analisa data adalah proses mengatur data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Inilah yang membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian". (Moleong, 2010:280)

Tahapan-tahapan analisis data di lapangan menurut Miles & Huberman (1984) dalam buku Sugiyono yaitu : Bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing*/*verification*" (Sugiyono, 2011:246)

Gambar 3.14

Komponen dalam analisa data *(interactive model)*



(*Sumber: Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Sugiyono: 2011)*

Tahap-tahap dalam analisa data yang umum dilakukan dalam penelitian kualitatif, yaitu :

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

   Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

   Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak,

kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema atau polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data, selanjutnya mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

3. Penyajian Data (*Display Data*)

   Agar dapat melihat gambaran keseluruhannya atau bagian tertentu dari penelitian itu, harus diusahakan membuat berbagai macam matriks, grafik, *networks*, dan *charts*. Dengan demikian, peneliti dapat menguasai data dan tidak tenggelam dalam tumpukan detail.

4. Mengambil Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclussion and Verification*)

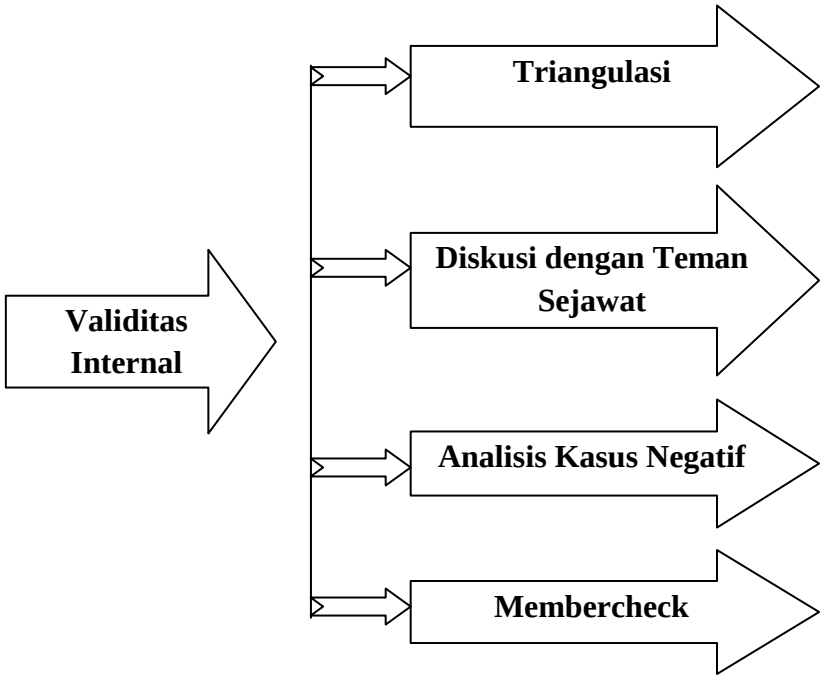
   Langkah ketiga dalam analisa data kulaitatif menurut Miles and Huberman dalam Sugiyino (2011) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak dikemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan, merupakan kesimpulan yang kredibel.

4.2.4.1 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan *uji credibility* (validitas internal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan. Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif menurut Sugiyono dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan membercheck.

Gambar 3.15

credibility (validitas internal)



(*Sumber : Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Sugiyono : 2011)*

1. Triangulasi

   Diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

2. Diskusi dengan teman sejawat

   Teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Pemeriksaan sejawat berarti pemerikasaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan rekan-rekan sebaya, yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti, sehingga bersama mereka peneliti dapat me-review persepsi, pandangan dan analisis yang sedang dilakukan. (Moleong, 2011:334)

3. Analisis kasus negatif

   Peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.

4. Membercheck

   Proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Sehingga informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan.

3.2.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah di Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur no 112. Telp. 0222504119. Fax. 0222533754 website: www.unikom.ac.id

3.2.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama 6 (enam) bulan. Terhitung dari bulan Februari sampai bulan Juli 2013, dengan waktu penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.2

Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																							
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul																								
2.	Penulisan Bab I																								
	Bimbingan																								
3.	Penulisan Bab II																								
	Bimbingan																								
4.	Pengumpulan Data Lapangan																								
5.	Penulisan Bab III																								
	Bimbingan																								
6.	Seminar UP																								
7.	Penulisan Bab IV																								
	Bimbingan																								
8.	Penulisan Bab V																								
	Bimbingan																								
9.	Penyusunan Keseluruhan Draft																								

10.	Sidang Skripsi																						

(Sumber : Peneliti April 2013)