BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi internet dan perubahan budaya menjadikan media sosial menjadi suatu kebutuhan masyarakat, terutama masyarakat modern masa kini. Terbukti hanya dalam beberapa tahun Facebook telah menjadi media sosial paling populer di dunia dan Twitter telah menjadi media sosial fenomenal dengan *sistem mini blogging-nya*. Namun harus diketahui bahwa fungsi sebenarnya dari media sosial adalah untuk berbagi dengan sekelompok teman terpercaya dan keluarga, hal-hal yang ingin dibagikan akan jauh lebih pribadi dan lebih intim, orang akan membuka lebih banyak tentang diri mereka ketika dikelilingi oleh orang-orang yang lebih bisa dipercaya dari pada orang lain. Keterbatasan itulah yang mendasari lahirnya Path. Path merupakan situs media sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja, tanpa adanya orang yang tidak dikenal. Path tidak seperti media sosial lainnya, karena tidak sembarang orang akan menemukan penggunanya. Kesederhanaan aplikasi Path inilah membuat para pengguna media sosial menyukainya.

Sejak diluncurkan November 2010, oleh Dave Morin yang sebelumnya bekerja di Facebook dan *Apple*, serta pengembang perangkat lunak Dustin Mierau dan Shawn Fanning, Path mendapat tempat di hati penggunanya. Path mempunyai *tagline "The smart journal that helps you share life with the ones you love"* yaitu

tentang hubungan yang bisa dipercaya sepanjang kehidupan seseorang, dalam satu waktu, seseorang hanya bisa memiliki 150 *true relationships*, dimana hubungan dengan orang-orang diluar itu bukan *relationship* yang termasuk dekat. (http://media.kompasiana.com/new-media/2012/02/21/path-berbagi-dengan-yang-terdekat-437233.html)

Dalam situs www.path.com diungkapkan oleh pengelolanya, "Hari ini kami bangga untuk memulai jaringan pribadi. Hampir semua dari kita membawa ponsel kamera, dan foto, kami menceritakan kisah-kisah hidup kita. Mulai hari ini, kami berharap jalan itu adalah tempat anda akan selalu merasa nyaman menjadi diri sendiri dan berbagi kisah hidup anda dengan teman-teman terdekat dan keluarga anda, melalui foto yang anda ambil setiap hari dengan perangkat mobile anda". (www.Path.com)

Path didesain berdasarkan sebuah teori ilmu sosial yang dikembangkan oleh seorang profesor di *Oxford University*. Berbeda dengan Facebook dan Twitter yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan jutaan orang, pada awalnya Path membatasi pertemanan hanya untuk 50 orang saja sehingga tidak akan bisa memiliki ribuan teman, seperti Facebook atau jutaan follower seperti Twitter, namun kini Path telah mengembangkan batas pertemanan itu hingga 150 orang. "CEO Path Dave morin mengatakan bahwa kami memilih angka 50 itu berdasarkan sebuah riset yang dilakukan oleh Professor Robin Dunbar, seorang profesor *Evolutionary Psychology*. Profesor Dunbar menyarankan agar pertemanan hanya dibatasi pada angka 150 orang saja karena 150 adalah jumlah

maksimum hubungan sosial yang bisa dipertahankan oleh otak manusia setiap waktu". (http://inkvibe.com/2013/02/path-social-media-terbaik-untuk-berbagi/)

Path berfokus pada berbagi cerita tentang kehidupan penggunanya kepada orang-orang terdekat saja. Dengan begitu, maka pengguna benar-benar memilih siapa saja orang-orang terdekat mereka dan pada akhirnya diharapkan membangun jaringan yang memiliki kualitas tinggi. Path merupakan perpaduan fitur-fitur yang sudah ada pada media sosial lain, seperti Friendster, Foursquare, Instagram, Facebook, Twitter, yang menjadi satu pada aplikasi media sosial Path ini.

Path merupakan situs media sosial baru yang kian ramai digunakan oleh sebagian masyarakat, terutama para remaja dan dewasa karena memang Path yang hanya bisa diakses di *tablet* dan *smartphone (Android* dan *IPhone)* saja. Tampilan yang sederhana tapi kaya akan fitur, inilah daya tarik dari Path ini sehingga banyak orang berlomba-lomba ingin membeli *tablet* dan *smartphones* untuk dapat memakai aplikasi Path. Hingga saat ini, media sosial personal ini sudah memiliki lebih dari 2 juta pengguna, dimana CEO Dave Morin mengatakan bahwa Path sangat banyak digunakan di kawasan Asia dan Eropa, yang menarik adalah walaupun kebanyakan pengguna masih dari dunia barat, pertumbuhan pengguna paling tinggi justru terjadi di Asia, termasuk Indonesia. (http://www.trenologi.com/201301229319/path-siapkan-layanan-premium/)

Sederhananya Path menyediakan layanan tertutup yang memungkinkan untuk mencatat kegiatan dan pikiran penggunanya. Ketika Path diluncurkan

pertama kalinya dua tahun yang lalu, tidak banyak orang yang mengerti fungsi dan tujuan diciptakannya layanan ini. Path saat itu merupakan aplikasi berbagi foto atau video lewat ponsel untuk teman-teman terdekat dan anggota keluarga saja. Karena semakin banyaknya pengguna *tablet* dan ponsel *smartphones* dan di ikuti juga dengan bertambah banyak pengguna Path, fitur yang di tawarkan semakin banyak. Layaknya Facebook, Foursquare, Instgram dan Twitter, Path dapat berbagi cerita, musik, foto, video, tempat dan film ke orang-orang terdekat. (http://inkvibe.com/2013/02/path-social-media-terbaik-untuk-berbagi/)

Gambar 1.1
Media sosial Path



(*Sumber: blogspot.com)*

Selain itu, Path juga dapat dijadikan alarm pribadi saat tidur dan bangun tidur. Path dibuat tidak samata-mata untuk meramaikan dunia media sosial yang kini marak untuk menandingi Facebook juga Twitter tetapi dibuat untuk menjadi sebuah jurnal kehidupan yang dapat digunakan untuk berbagi semua saat yang berbeda dan berharga dengan orang-orang terdekat, juga menjadi media sosial

populer di masyarakat dengan segala aplikasi dan menu yang ditawarkan. Path telah menjadi salah satu aplikasi yang *must have* di *smartphone*. Diantara sekian banyak pilihan untuk *online sharing*, Path memberikan fitur-fitur unik yang membedakannya dari media sosial populer lainnya seperti Facebook, Twitter, Instagram ataupun Google+. (http://inkvibe.com/2013/02/path-social-media-terbaik-untuk-berbagi/)

Ada satu lagi yang menarik dari Path, yaitu tersedianya delapan *free filter lenses* untuk mempercantik foto atau video yang siap di unggah untuk dibagikan ke teman terdekat. Hal ini seperti media sosial Instagram yang memiliki layanan utama sebagai tempat berbagi foto dengan beragam *filter lenses*. Path juga dapat dihubungkan dengan media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, Foursquare dan Tumblr, setiap aktivitas kita di Path dapat juga dibagikan secara otomatis ke empat media sosial tadi dengan melakukan *setting* terlebih dahulu untuk menggunakan fitur *sharing* ini.

Di samping itu ada beberapa menu yang disediakan, seperti *Home (timeline), Friend List, Activity* (notifikasi), *Path* (laman profil pribadi) dan *setting*. Path menyediakan dua *template* foto atau gambar, yaitu *profile picture* dan *cover photo* pada laman *Home* (*timeline*) dan profil pribadi. Dengan banyak fitur dan layanan yang disediakan, Path seperti media sosial hibrida yang menggabungkan fitur-fitur yang terdapat di media sosial lain, di mana hanya dapat dinikmati pada segmen *mobile* saja, memang Path berusaha menjaga eksklusifitasnya dengan tidak membuat *web apps.*

Anggapan bahwa media sosial adalah media komunikasi internet populer saat ini memang tidak diragukan lagi kebenarannya, adanya fasilitas media sosial yang lengkap, dengan beberapa aplikasi di dalamnya inilah yang mempermudah komunikasi dengan para pengguna lainnya. Selain mempermudah dalam berkomunikasi, adanya media sosial ini disadari telah mempercepat tercapainya informasi tanpa memperhitungkan jarak maupun waktu. Pada prinsipnya, orang lain dapat berbagi informasi dengan orang lain kapanpun di manapun dengan pendukung media internet. Beberapa media sosial kini hadir dengan ide dan tampilan yang *fresh*, beberapa lainnya muncul dengan versi yang bersifat pengembangan dari yang sudah ada sebelumnnya.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses Facebook, Instagram, Twitter atau Path, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita

Media sosial menurut Kaplan dan Haenlein adalah

> "Sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*."[1]

[1] http://ptkomunikasi.wordpress.com/2012/06/11/pengertian-media-sosial-peran serta-fungsinya

Pada jaman seperti sekarang ini, banyak masyarakat menggunakan berbagai media untuk mengekspresikan diri mereka, contohnya dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, tidak ketinggalan juga pada pengguna media sosial terbaru yaitu Path yang sedang populer pada sebagian masyarakat, dalam hal ini Path memang situs media sosial yang belum semuanya dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, pada kenyataannya Path hanya dapat diakses oleh orang-orang yang mempunyai *tablet* dan ponsel *smartphon*e saja, tidak seperti Facebook dan Twitter yang dapat diakses jutaan orang melalui jaringan internet maupun internet *mobile.*

Begitu banyaknya aplikasi-aplikasi media sosial canggih yang diciptakakan oleh perusahan-perusahan besar ternama, membuat masyarakat Indonesia khusunya mahasiswa dapat merubah kebiasaan dan perilaku komunikasinya, ini diperlihatkan pada pengguna media sosial yang sudah populernya sebelumnya seperti Twitter dan Facebook yang membentuk perilaku komunikasi seseorang dalam kehidupan bermasyarakat dapat memberikan dampak bagaimana seseorang berperilaku atau bertindak dalam berbagai situasi komunikasi yang dihadapinnya.

> "Perilaku adalah hasil pengalaman, dan perilaku digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan". (Jalaluddin Rakhmat, 2008:22)

> "Perilaku manuasia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi dan genetika". [2]

[2] http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_manusia

Kelley (1953) mendefinisikan komunikasi demikian :

> "*The process by which and individual (the communicatorr) transmits stimult (ussualy verbal symbols) to modify, the behavior of other individu."* (komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya). (Marhaeni Fajar, 2009:31-32)

Jika mengikuti model-model transaksional maka perilaku komunikasi berarti tindakan seseorang sebagai pelaku komunikasi diartikan sebagai saling berbagi pengalaman atau *the sharing of experience* (Tubbs, 1983:342)

Banyak penyebab yang di timbulkan oleh efek media sosial yang mendorong orang memiliki perilaku komunikasi tertentu, salah satunya Path yang merupakan aplikasi media sosial yang dapat memenuhi seluruh yang diinginkan penggunanya dan merupakan alat komunikasi efektif yang memang berbeda dengan media sosial lainnya. Path bisa dikatakan media sosial yang sedang tren saat ini dibandingkan dengan media sosial lain yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang. Inilah yang mendorong berbagai motif para mahasiswa untuk menggunakan media sosial ini, selain berbeda dan lengkap, Path yang *exclusive* dan hanya bisa diakses di *gadget* dan ponsel *smartphone*, menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menggunakannya. Dari berbagai motif yang mendorong menggunakan media sosial, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media sosial Path tersebut. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku komunikasi penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang tinggi untuk menggunakannya.

> "Motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu" (Alex Sobur, 2003:267)

Sedangkan menurut Ardiyanto dalam bukunya Komunikasi Massa Suatu Pengantar :

> "Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu". (Ardiyanto, 2005: 87)

Budaya tak ubahnya perjalanan waktu. Tidak pernah berhenti walau dalam bentuk benih-benih lemah yang tak kuat melawan pergantian zaman. Budaya juga tumbuh dalam suatu komunitas." Inilah realitas budaya yang terjadi di Indonesia menurut Djenar Maesa Ayu, seorang penulis perempuan Indonesia. Media sosial Path menunjukan jalan dimana mereka dapat berhubungan dan berinteraksi karena kesamaan sosialitas dalam perubahan budaya masyarakat Indonesia yang selalu mengikuti perkembangan teknologi, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Koneksi tanpa batas telah menciptakan hubungan sosial yang instan sehingga intensitas untuk menghabiskan waktu berkomunikasi lewat media sosial Path menjadi tinggi. Ke *exclusive* pan Path yang tidak dimiliki oleh media sosial lain akan menjadi kan Path sebagai suatu bentuk komunikasi favorit bagi penggunanya selain dari media sosial lain. Path tak hanya menawarkan cara berinteraksi baru yang menyenangkan. Lewat Path ada ruang luas tersedia untuk menyentuh kehidupan sesama dan saling lebih menggenal lagi orang-orang terdekat.

Menurut C. P Chaplin mengatakan bahwa :

> Interaksi adalah "Suatu pertalian sosial antara individu sedemikian rupa sehingga individu yang bersangkutan saling mempengaruhi satu sama lain". (Supriatna, 1984:254)

Tapi kini dapat kita lihat bahwa media sosial bukan lagi sekedar alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi saja, tetapi sudah menjadi suatu kesenangan hidup untuk orang-orang yang menggunakannya. Mereka dapat melakukan apapun di media sosial Path ini mulai dari berbagi foto, musik, film, buku, *update* status dan lain-lain yang kan menimbulkan suatu perubahan dalam perilaku komunikasi dari ke*exclusive* pan media sosial Path ini.

Media sosial telah memudahkan seseorang untuk memperoleh dan menyampaikan informasi kepada orang lain dalam mencari informasi yang dibutuhkan, tentunya manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi lewat media sosial Path ini. Kebutuhan akan pemenuhan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat, begitu juga dengan aplikasi Path yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang lebih praktis. Di sini para pengguna Path dapat mencari informasi yang berguna dan bermanfaat untuk dirinya dari fitur-fitur yang ditawarkan tanpa harus repot-repot mencarinya di Google ataupun mencari lewat media konvensional.

> Informasi adalah hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut dapat menjadi informasi sehingga mengalami pengolahan yang memberikan makna untuk berguna dan bermanfaat bagi bahan pembuat keputusan (Deni Darmawan, 2012:1-2).

Media sosial memang telah menjamur di kalangan masyarakat, terutama kini di kalangan mahasiswa, peneliti memilih mahasiswa Unikom sebagai penelitian karena melihat banyaknya mahasiswa yang mempunyai *tablet* dan ponsel *smartphone* keluaran terbaru dan membuat Path dapat dengan mudah

diakses oleh mahasiswa di manapun mereka berada. Path yang dibuat berdasarkan sebuah teori ilmu sosial oleh profesor Robin Dunbar di *Oxford University* memang sangat menarik perhatian dan memanjakan pengguna dengan kesederhanaanya yang *exclusive*, terbukti dari observasi yang dilakukan peneliti, banyaknya mahasiswa unikom yang menggunakan media sosial Path ini, membuat Path sangat intens diakses oleh mahasiswa Unikom di mana pun dan kapanpun mereka berada. Tak bisa dipungkiri lagi, kini media sosial Path sudah menjadi faktor penting interaksi antar manusia

Kebanyakan masyarakat menganggap media sosial adalah kehidupan ke dua bagi mereka, sahabat untuk berbagi, dan tempat mencurahkan apa yang dirasakan dalam kehidupannya, tidak dipungkiri juga ini mungkin bisa terjadi pada mahasiswa yang memang sudah kecanduan pada penggunaan media sosial. Kehadiran media sosial Path selain untuk memudahkan penggunanya berkomunikasi dan berinterkasi dengan banyak orang serta mencari informasi, media sosial juga dapat digunakan untuk mengekspresikan diri penggunanya, inilah yang dapat membentuk perilaku komunikasi mahasiswa. Path juga telah memudahkan seseorang untuk menginterpretasikan isi hati, perasaan, apa yang tejadi dalam kehidupan penggunanya melalui tulisan, lagu maupun simbol sederhana dan lain-lain.

Memang sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia yang selalu mengikuti perkembangan terknologi baru, begitupun pada mahasiswa Unikom yang memang belajar di Universitas yang berbasis teknologi informasi, mahasiswanya modern yang tidak pernah ketinggalan tren media sosial yang

selalu menciptakan aplikasi-aplikasi canggih, populernya Facebook dan Twitter sudah menjadi hal yang biasa di kalangan mahasiwa Unikom, ini terlihat dengan banyaknya mahasiswa yang berinteraksi, berkomunikasi dan berbagi informasi dengan mahasiswa lain, mengekspresikan diri mereka dan sekedar menjalin silaturahmi lewat Facebook dan Twitter, apalagi kini muncul media sosial Path dengan fitur-fitur yang canggih dengan tampilan menarik dan merupakan layanan untuk berbagi dengan orang-orang terdekat, pasti akan membuat Path populer di kalangan mahasiswa Unikom, karena memang Path berbeda dengan media sosial lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti memilih pengguna media sosial Path sebagai penelitian, karena ingin mengetahui perilaku komunikasi para pengguna media sosial Path di kalangan mahasiswa Unikom Bandung yang ditimbulkan oleh faktor-faktor personal dan faktor-faktor situasional yang memang membentuk perubahan perilaku komunikasi, dan tentunya dengan kelebihan dan kekurangan dari aplikasi Path ini, yang akan membawa dampak besar bagi perubahan perilaku mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari di kalangan mahasiswa Unikom sendiri.

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang dikemukakan maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut ***" Bagaimana Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung"*** .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan yang akan menjadi pokok masalah yang akan di teliti yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. **Bagaimana motif yang mendasari perilaku komunikasi mahasiswa Unikom dalam mengakses media sosial Path ?**
2. **Bagaimana perilaku komunikasi mahasiwa Unikom selama berinteraksi menggunakan media sosial Path ?**
3. **Bagaimana perilaku komunikasi mahasiwa Unikom pengguna media sosial Path dalam berbagi informasi ?**

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana perilaku komunikasi para pengguna media sosial Path di kalangan mahasiwa Unikom kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang diteliti maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. **Untuk mengetahui motif yang mendasari perilaku komunikasi mahasiswa Unikom dalam mengakses media sosial Path.**
2. **Untuk mengetahui perilaku komunikasi mahasiwa Unikom selama berinteraksi menggunakan media sosial Path.**
3. **Untuk mengetahui perilaku komunikasi mahasiwa Unikom pengguna media sosial Path dalam berbagi informasi.**

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penulis berharap penelitian ini dapat mengembangankan kajian studi Ilmu Komunikasi secara umum dan perilaku komunikasi para pengguna media sosial Path di kalangan mahasiswa Unikom kota Bandung. Selain itu pula dapat menjadi praktis dan dapat memperdalam pengetahuan dan teori mengenai informasi yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta sebagai salah satu rujukan untuk meneliti lebih lanjut dari sisi dan masalah penelitian yang sama dalam konteks psikologi komunikasi.

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas

Untuk pihak universitas khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik berguna sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian yang sama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk seluruh mahasiswa, untuk meningkatan pengetahuan mahasiswa tentang perilaku komunikasi para pengguna media sosial lainnya di kalangan mahasiswa.

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang ingin mendapatkan informasi mengenai perilaku komunikasi pengguna media sosial Path dan untuk bisa mendeksripsikan perilaku komunikasi yang muncul baik positif maupun negatif terhadap kemajuan teknologi terutama pada bidang media sosial.