BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

3.1.1. Sejarah WhatsApp *Messenger*

WhatsApp.Inc didirikan pada tahun 2009 oleh dua orang pria yang bernama Brian Acton dan Jan Koum. Keduanya adalah mantan pekerja senior di raksasa *online* Yahoo. Keduanya sudah bekerja di Yahoo dalam waktu sekitar 20 tahun. Jan Koum yang awalnya punya ide menciptakan sebuah aplikasi yang bias mem-*Broadcast* status ketika seseorang tidak dapat dihubungi karena alasan tertentu. Jan Koum pun mengajak Brian Acton untuk bekerja sama dengannya. Kemudian jadilah mereka menciptakan perusahaan start up teknologi bernama WhatsApp.Inc yang berlokasi di Santa Clara, California.

Awalnya WhatsApp *Messenger* dibuat untuk pengguna iphone, kemudian seiring dengan perkembangannya, aplikasi WhatsApp *Messenger* tersedia juga untuk versi BlackBerry, Android, Windows Phone dan Symbian. Sampai pada bulan Novemver 2010, WhatsApp menduduki posisi peringkat ke-3, aplikasi palinmg laris yang diunduh melalui Nokia Ovi Store, setelah swipe dan NHL *Game Center Premium.*

Namun aplikasi *Broadcast* status tersebut hanya menarik perhatian sedikit orang. Barulah ketika mereka mennambahkan fungsi *messaging* pada paruh kedua 2009, WhatsApp *Messenger* pun meledak,

WhatsApp.Inc kabarnya hanya mempekerjakan sekitar 20 orang. Di mana sebagian besar di antaranya adalah teknisi.Data terbaru pada bulan Agustus 2012, WhatsApp *Messenger* mengirimkan 10 miliar pesan per hari dari penggunanya di seluruh dunia. Padahal bulan April 2012, baru 2 miliar pesan dikirimkan.WhatsApp *Messenger* tersedia untuk semua sistem operasi mobile yang masih eksis. Dari iOS, Android, BlackBerry OS, BlackBery 10, Nokia Symbian, Nokia Series 40 dan juga Windows Phone.

WhatsApp *Messenger* sejatinya tidak sepenuhnya gratis. Aplikasi WhatsApp *Messenger* di iPhone bisa digunakan cuma-cuma selama setahun, kemudian diwajibkan membayar. Demikian juga di *platform* lainnya. Pihak WhatsApp menyatakan pihaknya memang sengaja menarik ongkos dengan imbalan sebuah produk yang bisa diandalkan. Sejak awal, aplikasi ini sudah dirancang berbayar sehingga tim WhatsApp *Messenger* bisa fokus mengembangkan produk tanpa iklan dalam aplikasinya karena kami ingin menciptakan alternatif yang lebih baik daripada SMS. Karena kami percaya bahwa kami bisa. Karena suatu hari, dalam waktu yang dekat, setiap orang akan memiliki *Smartphone.*

WhatsApp *Messenger* menjadi yang pertama memasuki pasar, sebagai aplikasi *chatting* pilihan dengan menggunakan satu taktik pemasaran yakni menggunakan taktik pemasaran *word of mouth*, pendekatan pemasaran WhatsApp *Messenger* yang konservatif bukanlah sebuah kebetulan, perusahaan telah lama menghindari periklanan

tradisional sebagai taktik promosi dengan tidak adanya iklan pada aplikasi WhatsApp *Messenger*.

3.1.2. Perkembangan WhatsApp *Messenger* Di Indonesia

Era *smartphone* telah cukup lama menancapkan kukunya di Indonesia. Android, Blackberry, dan iPhone merupakan tiga pemain utama yang mendominasi pangsa pasar *smartphone* tanah air. Fenomena berkembangnya pasar *smartphone* di Indonesia, juga turut mengundang fenomena lainnya bagi masyarakat pengguna telepon pintar (*smartphone*). Seperti yang kita ketahui pesan singkat yang lebih dikenal dengan SMS (*Short Messange Service*) sudah mulai ditinggalkan. Pengguna *smartphone* beralih menggunakan aplikasi layanan chatting.

Di Indonesia, aplikasi layanan *chatting* paling popular dan pertama yang berbasis Android, Blackberry, dan iPhone adalah WhatsApp. Aplikasi ini merupakan aplikasi berbayar bagi pengguna iPhone namun gratis bagi pengguna Android dan Blackberry. Pertumbuhan pengguna layanan WhatsApp *Messenger* di Indonesia berkembang sangat pesat. Bahkan menurut pendiri WhatsApp *Messenger*, Brian Acton, Indonesia merupakan salah satu dari lima negara yang menjadi pangsa pasar paling penting bagi perusahaan WhatsApp *Messenger*. Hal ini dilihat dari tingkat pertumbuhan pengguna layanan WhatsApp *Messenger* dan juga jumlah pengguna layanan WhatsApp *Messenger*. Jelas saja hal ini mengundang Brian Acton sebagai pendiri WhatsApp *Messenger* untuk mengomentari

secara khusus tentang perkembangan aplikasi WhatsApp *Messenger* di Indonesia, serta karakteristik orang Indonesia pada umumnya.[1]

Tingkat pertumbuhan pengguna aplikasi WhatsApp *Messenger* di Indonesia rupanya dipandang cukup tinggi, bahkan menembus lima besar. Dipaparkannya, WhatsApp *Messenger* telah menjadi salah satu aplikasi terpopuler di kalangan pengguna mobile Tanah Air. "WhatsApp *Messenger* adalah aplikasi berbayar nomor satu di iPhone serta nomor dua untuk kategori aplikasi gratis di Android dan BlackBerry."

Tingginya angka penggunaan WhatsApp *Messenger* di Indonesia, menurut juru bicara Neeraj Arora, adalah karena penduduknya "sangat suka ngobrol dibanding di negara-negara lain". "Aplikasi ini dipakai berkali-kali setiap harinya,"

Meski menolak mengungkapkan jumlah pesan yang diproses WhatsApp *Messenger* dari pengguna di Indonesia, Arora mengatakan bahwa Indonesia termasuk salah satu pasar yang paling aktif berkirim pesan di wilayah Asia Tenggara.

WhatsApp *Messenger* dalam beberapa tahun terakhir terus mengalami pertumbuhan dari segi jumlah pengguna dan volume pesan yang diproses. Perusahaan ini minggu lalu mengumumkan telah memiliki 250 juta pengguna dan memproses 27 miliar pesan setiap harinya secara global. Adapun yang mempengaruhi perkembangan WhatsApp itu sendiri dipengaruhi oleh:

[1] http://www.bedahtekno.com/sosok-tekno/komentar-khusus-pendiri-whatsapp-tentang-indonesia/ di akses minggu 01-12-2013 pada pukul 03.00

3.1.2.1 Karakteristik Orang Indonesia

Orang Indonesia memiliki karakteristik yang hobi *Chatting* bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya, WhatsApp *Messenger* di Indonesia merupakan salah satu indikator karakteristik orang Indonesia oleh karena itu layanan WhatsApp *Messenger* semakin mendorong orang Indonesia untuk saling bertegur sapa dan mengobrol.

Brian Acton secara khusus mengomentari tentang karakter orang Indonesia. Ia mengatakan pertumbuhan yang sangat pesat akan aplikasi WhatsApp *Messenger*. Juru bicara WhatsApp Neeraj Arora, menyimpulkan bahwa penduduk Indonesia terdiri dari orang-orang yang suka ngobrol. Arora mengatakan bahwa layanan ini merupakan layanan gratis, sehingga semakin banyak orang Indonesia yang beralih menggunakan layanan seperti WhatsApp *Messenger* untuk saling bersapa dan mengobrol.

3.1.2.2 Persaingan *Instant Messenger* Di Indonesia

WhatsApp *Messenger* melihat persaingan ini dengan cermat dan mengatakan akan tetap mempertahankan layanan gratisnya bagi pengguna *smartphone* di Indonesia. WhatsApp *Messenger* juga siap bersaing dengan layanan-layanan gratis lainnya dengan strategi meningkatkan kualitas aplikasi, memperlancar pengiriman pesan, dan menambah fitur-fitur baru yang menarik bagi pengguna layanan WhatsApp *Messenger*.

WhatsApp *Messenger* juga akan mempererat kerja sama dengan operator seluler di Indonesia. Hal ini dilakukan agar pengguna WhatsApp *Messenger* semakin bertumbuh dan juga untuk peningkatan pelayanan bagi pengguna WhatsApp *Messenger* diseluruh Indonesia.

Sementara itu meski kini menghadapi persaingan dari penyedia layanan sejenis seperti WeChat, Line, dan Kakao Talk, Arora mengatakan, WhatsApp *Messenger* bakal tetap menggratiskan layanannya di *platform* Android dan BlackBerry.

Menghadapi kompetitor yang gencar berpromosi di Indonesia, WhatsApp *Messenger* menyatakan bakal menanggapi dengan "meningkatkan kecepatan, keandalan, dan kekayaan fitur" dari layanannya. [2]

3.1.3. Pengguna Sosial Media Beralih Ke WhatsApp *Messenger*

Demografi remaja yang dulunya aktif menggunakan Sosial Media Facebook kini telah beralih dan menggunakan aplikasi *Mobile Messaging* (perpesanan) seperti Whatsapp, WeChat, Line, Kako Talk dan BlackBerry *Messenger* demikian dilaporan oleh The Guardian. Sebelumnya banyak remaja yang meninggalkan Facebook dan menghabiskan waktunya di Youtube, tapi yang terakhir sekali menunjukkan sebuah fenomena baru, remaja hanyut ke dalam aplikasi perpesanan. Whatsapp *Messenger* kini

[2] http://kabarbisnis.com/read/2839907 di akses minggu 01-12-2013 pada pukul 03.30

telah memiliki lebih dari 350 pengguna aktif bulanan. Walaupun jumlah pengguna Facebook sudah lebih dari 1 milyar pengguna, tetapi pengguna aktifnya semakin merosot tajam.[3]

Menurut sebagian para remaja menganggap Facebook kini sudah "tidak keren lagi". Karena hanya bisa berkirim pesan teks dan gambar saja melalui perangkat seperti *smartphone* dan tablet. Alasan lainnya adalah masalah privasi yang terlalu terbuka. Pengguna lebih memilih teman yang mereka kenal dalam kehidupan nyata dibandingkan dengan orang yang belum dikenal dan aplikasi perpesanan dianggap lebih aman.

Menurut keuangan perusahaan Piper Jaffray, Facebook mengalami penurunan jumlah pengguna remaja dari 44 persen menjadi 23 persen pada tahun 2013. *Platform* media sosial adalah sumber bagi pengiklan untuk mempromosikan produknya dari *fashion*, teknologi dan gaya hidup. Pasar belanja konsumen muda kini telah mencapai lebih dari $200 miliar di Amerika Serikat saja belum di negara lain di seluruh dunia. [4]

Persaingan dengan rival media sosial lain juga telah menempatkan Facebook di bawah tekanan, sehingga investor mulai tidak nyaman. Raksasa media sosial ini telah membuat modifikasi pada pekan lalu yang memungkinkan pengguna Facebook bisa berbagi pada bermacam *platform* termasuk aplikasi perpesanan. Langkah ini merupakan pendekatan strategis untuk mengatasi daya tarik Facebook yang mulai menurun.

---

[3] http://www.didno76.com/2013/11/remaja-mulai-tinggalkan-facebook-dan.html di akses 01-12-2013 pada pukul 04.00

[4] http://www.didno76.com/2013/11/remaja-mulai-tinggalkan-facebook-dan.html di akses 01-12-2013 pada pukul 04.00

3.1.4. *User* WhatsApp *Messenger* Di Kota Bandung

Kebanyakan dari orang Indonesia khususnya di Kota Bandung adalah orang-orang yang suka mengobrol, tentunya *User* WhatsApp *Messenger* pula merupakan orang-orang yang suka mengobrol, bersapa, dan *chatting*. Perkembangan Trend *messenger* tidak lepas dari pengamatan tingkat pertumbuhan teknologi komunikasi yang ada di kota Bandung yang merupakan kota fashion dan terkenal dengan makanan khas Bandung, kulinernya yang sudah terkenal, ternyata Perkembangan WhatsApp *Messenger* mengalami peningkatan pertumbuhan dari segi jumlah pengguna dan volume pesan yang diproses.

Pengguna WhatsApp *Messenger* merabah di kalangan-kalangan tertentu sampai ke kelompok-kelompok pengguna *smartphone* Android di Bandung contohnya kelompok pengguna *smartphone* Lenovo S880, Ada forum atau group khusus di kelompok-kelompok tertentu dalam berinteraksi satu dengan satu sama lainnya, saling bertukar informasi, data, file, trik-trik seputar android, link yang menjadi bahan kajian tata cara dalam mengoperasikan *smartphone* -nya. Selain pengguna WhatsApp *Messenger* dari kelompok atau group Lenovo masih banyak lagi yang lainnya seperti kelompok WhatsApp Messnger di perangkat Samsung, LG, Htc, Sony, Huawei, Acer, Advan dan lainnya. Tentunya lebih tepat waktu ketika sedang berkomunikasi menggunakan WhatsApp *Messenger* karena langsung pada orang yang bersangkutan atau orang yang ditujukan dalam

menanyakan hal-hal yang kurang mengerti dalam group WhatsApp *Messenger*.

Pengguna WhatsApp Messenger tidak mengenal status sosial yang ada, ataupun pada usia, dan pekerjaan pada umumnya, akan tetapi menunjukkan pada kebutuhan terhadap lingkungan kehidupan mereka tinggal dan berinteraksi dengan satu sama lainnya. Seperti halnya seseorang dengan latar belakang pekerjaan sebagai seorang bisnis online, menggunakan WhatsApp *Messenger* sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berbagi informasi produk yang dibagikan kepada pelanggannya dan menjadikan tempat bernegosiasi sebagaimana mestinya dengan segala resiko, keyakinan dan kepercayaan pelanggan terhadap orang yang bersangkutan yang memberikan informasi produk. Salah satu pemasaran melalui teknologi komunikasi berbasis online ini yaitu WhatsApp *Messenger* menjangkau area yang tidak terduga dan memudahkan dalam proses komunikasi informasi dan interaksi sosial. Selain itu banyak pula yang mendasari orang-orang untuk menggunakannya dalam hal sebagai kebutuhannya.

Trand Messenger masa kini, mereka sepakat bahwa WhatsApp *Messenger* merupakan pilihan pertama, sebelum *Messenger* lainnya. Selain itu juga bahwa WhatsApp *Messenger* lebih menyeluruh karena bisa dioperasikan pada beragam handset. WhatsApp *Messenger* juga tidak menggunakan sistem pin, melainkan cukup dengan nomor telepon sudah bisa berteman dalam grup aplikasi ini. WhatsApp *Messenger* lebih

menunjukkan kesederhanaannya sehingga tidak rumit dalam menggunakannya, koneksi data lebih stabil, bersifat pribadi dan selalu *Online*.

Fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari tentang *Instant Messenger* kerap menjadi perbincangan yang hangat di kalangan masyarakat di kota Bandung, banyak *Instant Messenger* yang beredar selain WhatsApp *Messenger* yang menjadikan salah satu pilihan *Instant Messenger* agar bisa berkomunikasi dan terhubungan dengan orang-orang dan kerabat dekat. Namun banyak *Instant Messenger* yang menawarkan berbagai kelengkapan demi memanjakan para penggunanya, akan tetapi tidak banyak yang tetap menggunakannya hanya bersifat sementara atau ikut-ikutan pada akhirnya kembali kepada kebutuhan dalam berkomunikasi.

3.1.5. Penggunaan WhatsApp *Messenger*

WhatsApp *Messenger* dapat digunakan untuk pengguna iPhone, BlackBerry, serta Symbian (Nokia). Aplikasi WhatsApp hanya dapat bekerja untuk sesama pengguna yang memiliki aplikasi WhatsApp. Aplikasi WhatsApp *Messenger* ini dapat diunduh secara gratis di websitenya. Aplikasi ini menggunakan nomor telepon ponsel yang kita gunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna WhatsApp. Aplikasi ini memungkinkan pengguna BlackBerry, iPhone, dan Symbian untuk dapat saling berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi ini menggunakan fitur

push sehingga Anda dapat selalu memberitahukan pesan yang sedang diterima. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan WhatsApp *Messenger* adalah:

1. **Kestabilan Koneksi**

   WhatsApp *Messenger* ini mengandalkan koneksi internet melalui jaringan GPRS/EDGE/3G atau wifi untuk menjalankannya. Aplikasi WhatsApp *Messenger* ini tidak keluar (*Quit*) saat tidak ada koneksi internet. Anda dapat melihat kontak maupun perbincangan dengan teman Anda walaupun tidak ada koneksi internet. Seperti pada BlackBerry *Messenger*, apabila tidak ada koneksi internet, Anda tetap dapat membuka aplikasi tersebut tapi saat Anda coba untuk mengirim pesan, terdapat tanda jam yang menandakan pesan Anda ditunda pengirimannya sampai terdapat koneksi internet.

2. **Notifikasi**

   Terdapat pilihan notifikasi untuk pemberitahuan pesan baru di bagian pengaturan. Anda dapat memilih menampilkan pesan baru secara *Pop Up* atau hanya tampil di notification Area. Anda pun dapat mengatur suara panggilan di bagian pengaturan.

3. **No Handphone Sebagai PIN**

   Berbeda dengan BlackBerry *Messenger* yang menggunakan PIN unik untuk menambahkan daftar teman. Di WhatsApp *Messenger* untuk menambahkan teman, No *handphone* teman Anda yang diperlukan. Menariknya, Anda tidak perlu menambahkan teman di dalam aplikasi

WhatsApp *Messenger* tersebut. Cukup isi daftar Buku telepon Anda dengan teman Anda beserta no hp nya, dan lakukan sinkronisasi dengan menekan tombol refresh di option saat berada di daftar teman (+). Nah, apabila teman Anda terdaftar menggunakan no HP tersebut, WhatsApp akan mencarinya sendiri dan menampilkan teman Anda langsung di daftar panggilan. Saat pertama kali menginstallnya, Anda akan mendapatkan daftar kontak WhatsApp *Messenger* yang terisi secara otomatis. WhatsApp *Messenger* langsung mengambil data di buku telepon dan melakukan sinkronisasi dengan *server*. Apabila no hp teman Anda terdaftar di WhatsApp *Messenger*, otomatis aplikasi ini akan mengenalnya.

4. Tanda Pesan Terkirim Dan Sudah Dibaca

Fitur ini mirip sekali dengan BlackBerry *Messenger*. Kalau di BlackBerry *Messenger* menggunakan tanda D dan R, di WhatsApp *Messenger* menggunakan tanda centang. Centang 1x artinya terkirim ke *server*, centang 2x artinya sudah terkirim ke HP lawan bicara, kecuali pada pecakapan kelompok (*group*). Apabila tidak koneksi internet, akan muncul tanda jam yang mengartikan pengiriman pesan tertunda. WhatsApp dapat mengirim file-file seperti:

1. Foto (langsung dari kamera, *file manager* dan media galery)
2. Video (langsung dari video kamera, *file manager* dan media galery)

3. Audio (langsung merekam suara, dari *file manager*, dari music galery)
4. Location (Anda dapat mengirim lokasi Anda dengan mengambil posisi Anda dari Google Maps)
5. Kontak (mengirim detail kontak dari buku telepon)

5. Fitur-Fitur Whatsapp *Messenger*

Fitur-fitur lain yang terdapat di WhatsApp *Messenger* adalah:

1. ***View Contact***: Anda dapat melihat kontak di buku telepon, WhatsApp juga muncul sebagai daftar kontak di buku telepon
2. ***Avatar***: Anda tidak dapat mengganti Avatar secara manual, WhatsApp akan mengambil data avatar dari Profil buku telepon. Apabila menggunakan sinkronisasi Facebook dengan Buku telepon, maka avatar yang muncul adalah avatar Facebook.
3. ***Add Conversation Shortcut***: dapat juga menambahkan *shortcut conversation* ke *homescreen*.
4. ***Email Conversation***: Anda pun dapat mengirim semua perbincangan melalui email.
5. ***Copy/Paste***: Setiap kalimat perbincangan juga dapat di *copy*, *forward* dan *delete* dengan menekan dan menahan kalimat tersebut dilayar.
6. ***Smile Icon***: Untuk menambahkan serunya perbincangan, Anda pun dapat menambahkan emotions dengan banyak pilihan, seperti; *smile emotions*, *icon-icon* seperti cuaca, binatang,

tanaman, alat-alat musik, buku, kartu, mobil, bangunan, pesawat dll.

7. ***Search***: fitur dasar setiap IM, Anda dapat mencari daftar kontak melalui fitur ini.
8. ***Call***: karena PIN WhatsApp *Messenger* ini sama dengan No telepon teman, Anda pun dapat melakukan panggilan langsung dari aplikasi WhatsApp ini.
9. ***Block***: digunakan untuk memblok kontak tertentu.
10. ***Status***: seperti kebanyakan fitur IM, Status juga hadir di WhatsApp *Messenger*. Namun tidak seperti BBM yang menampilkan *update* terbaru setiap ada perubahan status dari teman, WhatsApp *Messenger* hanya menampilkan status dibawah nama teman, mirip dengan di Yahoo *Messenger*. Anda pun dapat mengganti status yang sudah tersedia di WhatsApp *Messenger* seperti *available*, *busy*, *at school* dll.

3.1.4 Logo WhatsApp *Messenger*

Logo atau lambang merupakan bagian dari identitas perusahaan, sedangkan yang dimaksud dengan identitas perusahaan adalah suatu cara atau hal yang memungkinkan perusahaan dapat dikenal atau dibedakan dari perusahaan lain. WhatsApp *Messenger* mempunyai logo atau lambang yang dijadikannya sebagai identitas perusahaan dengan tujuan agar

pengguna (*user*) pada umumnya mudah mengenal dan mengingat perusahaan. Adapun logo WhatsApp *Messenger* adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1

Logo WhatsApp *Messenger* Pada *Smartphone* Iphone



Sumber: Google.com

Gambar 3.2

Logo WhatsApp *Messenger* Pada *Smartphone* Android, Windows Phone, Symbian, BlackBerry



Sumber: Google.com

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian berisi tentang strategi dan prosedur penelitian yang digunakan atau ditempuh (termasuk cara pengambilan sampel yang akan digunakan terutama kalau penelitian melibatkan subjek manusia dengan jumlah yang besar, teknik pengumpulan data, teknik triangulasi, analisis data. (Pawito, 2007:80).

3.2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, sebagaimana diungkapkan oleh Deddy Mulyana yang di kutip dari bukunya "Pendekatan Kualitatif". "Penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif". (Mulyana, 2003:150).

Kualitatif menekankan pada metode penelitian observasi dilapangan dan datanya dianalisa dengan cara nonstatistik. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sebanyak-banyaknya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.

Bogdan dan Taylor (1975:5) sebagaimana dikutip oleh Lexy J. Moleong dalam bukunya “Metode Penelitian Kualitatif” menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif di definisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat di amati.

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu studi pustaka yang meliputi *internet searching* dan studi dokumentasi. Serta studi lapangan yang meliputi observasi dan wawancara.

3.2.3.1 Studi Pustaka

Pada studi pustaka, hal-hal yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. ***Internet Searching***

   Teknik yang dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan melalui media internet. Dimana di dalamnya terdapat berbagai referensi yang mendukung penelitian ini.

2. **Studi Dokumentasi**

   Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, video dan sebagainya. Dokumentasi dilakukan bertujuan untuk melengkapi data-data tambahan penelitian.

3.2.3.2 Studi Lapangan

Pada studi lapangan, hal-hal yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. **Observasi Partisipan**

   Dalam konteks ilmu komunikasi, penelitian dengan metode pengamatan atau observasi (*Observation Reaserch*) biasanya "Dilakukan untuk melacak sistematis dan langsung gejala-gejala komunikasi terkait dengan persoalan-persoalan sosial, politis, dan kultur masyarakat" (Pawito, 2007:111). Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu observasi terhadap *user* WhatsApp *Messenger* yang menjadi objek penelitian.

2. **Wawancara Mendalam**

   Wawancara merupakan "Alat pengumpulan data sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti" (Pawito, 2007:132). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara mendalam mirip dengan percakapan *informal*. Metode ini bertujuan "memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden" (Mulyana, 2003:181).

3.2.4 Teknik Penentuan Informan

Informan penelitian adalah seseorang yang karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Pada penelitian ini, teknik penentuan informan yang dilakukan oleh peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, "Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu" (Sugiyono, 2009:300).

Adapun dalam penelitian ini, dalam menguraikan teknik penentuan informan akan diperjelas dengan siapa informan maupun informan pendukung dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Informan

Informan (narasumber) penelitian adalah sesorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Lazimnya informan atau narasumber penelitian ini ada dalam penelitian yang subjek penelitiannya berupa "kasus" (satu kesatuan unit), antara lain yang berupa lembaga atau organisasi atau institusi (pranata) sosial.[5]

Informan memiliki nilai-nilai dan motifnya sendiri. Bukan tidak mungkin akan terdapat pertentangan nilai, ataupun pertentangan maksud dan tujuan antara informan dengan peniliti. Menjelaskan tentang tujuan penelitian menyampaikan laporan penelitian secara berkala kepada

[5] http://tatangmanguny.wordpress.com/2009/04/21/subjek-responden-dan-informan-penelitian/ di akses pada 31 desember 2013

informan, merupakan beberapa cara untuk memperoleh kepercayaan mereka sekaligus megamankan proses penelitian yang sedang dilakukan. Sehingga sah-sah saja bila identitas informan disamarkan, terutama bila meneliti hal-hal yang sifatnya sensitif dalam suatu masyarakat.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan informan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian adalah ***purposive sampling*** dikenal juga dengan sampling pertimbangan. Menurut **Dr. Riduwan, M.B.A** dalam bukunya dasar-dasar statistika mengatakan bahwa:

> "*Purposive sampling* adalah teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan0pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Hanya mereka yang ahli yang patut memberikan pertimbangan untuk pengambilan sampel yang diperlukan. Oleh karena itu, sampling ini cocok untuk studi kasus yang mana aspek dari kasus tunggal yang *representative* diamati dan diteliti." (Riduwan, 2010:20)

Informan dalam penelitian ini adalah orang-orang pilihan peneliti yang dianggap terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti. Dimana informan penelitian ini merupakan orang-orang yang berada di Bandung, yaitu dari segi kriteria menurut status sosial, pekerjaan, usia, lamanya menggunakan, jenis kelamin karena penliti melihat bahwa semua kriteria mewakili peneliti untuk melihat seorang pengguna WhatsApp *Messenger* di kota Bandung di lingkungan kehidupannya. Sehingga mudah melihat apakah orang-orang yang telah peneliti pilih dapat memenuhi kebutuhan peneliti dalam melakukan penelitian ini atau tidak. Karena

peneliti menggunakan teknik pengumpulan informan dengna menggunakan teknik *purposive sampling*.

Pada proses perolehan data penelitian ini tidaklah mudah seperti membalikkan telapak tangan, perlu adanya proses pendekatan yang disebut *Gaining Access and Making Rapport*, karena dalam prosesnya tersebut baik peneliti maupun informan akan merasa asing dengan seseorang yang baru atau suasana yang berbeda seperti sebelumnya, dalam proses pendekatan yang dilakukan oleh peneliti kepada informan dalam perolehan data penelitian. Dari proses tersebut peneliti memaparkan peristiwa secara kronologis mengenai proses peneliti bertemu dengan orang-orang yang tepat untuk dijadikan informan, karena dianggap dapat memenuhi kebutuhan penelitian sampai akhirnya peneliti menentukan infoman sebagai berikut:

Table 3.1

Informan

No	Nama	Keterangan
1.	Tata Priyatna	Bisnis onlineshop
2.	Ferina Susanti	Ibu Rumah Tangga
3	Kurnia Ramadhan	Mahasiswa

Sumber: Peneliti, 2013

2. Informan pendukung

Dalam penelitian ini, peneliti juga memiliki informan pendukung atau informan tambahan, adalah mereka yang dapat memberikan informasi

walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti. (Hendrarso dalam Suyanto, 2005:171).

Dari informan pendukung ini, peneliti ingin menggali data sekunder yang berkaitan dengan seorang pengguna atau *User* WhtasApp *Messenger* yang berada di Kota Bandung. Melihat dari kedektan serta lingkungan yang sesuai dengan informan utama berada, sehingga peneliti dapat memilih informan pendukung sesuai dengan kebutuhna peneliti dalam penelitian ini. Maka diambil lima informan pendukung yang dapat mendukung penelitian dalam memberikan informasi sekunder, berikut data informan pendukung dalam penelitian ini:

Table 3.2

Informan Pendukung

	Nama	Keterangan
1.	Eka mulyana	Sepupu *Informan* I (*Significant Other*)
2.	Lely Nata Prihatini	Teman *Informan* I (*Reference Group*)
3.	Cindy Permata Sari	Sahabat *Informan* II (*Significant Other*)
4.	Luthon Hazairin	Teman *Informan* III (*Reference Group*)

Sumber: Peneliti 2013

3.2.5 Teknik Analisa Data

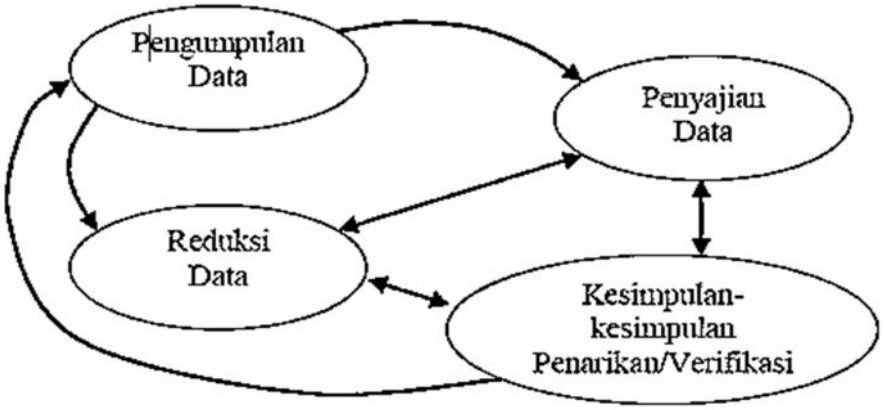
Analisis data menurut Patton (dalam Moleong, 2002:130) merupakan proses mengatur urutan data, kemudian mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan urutan dasar. Sedangkan, menurut Bogdan & Biklen bahwa:

> "Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikanya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain". (Bogdan dan Biklen dalam Moleong, 2005:248).

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa data dari Miles dan Huberman yaitu *interactive mode*. Pada teknik analisa data ini terdiri tiga komponen yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Punch, 1998:202-204 dalam Pawito, (2007:104).

Gambar 3.3

Analisa Data Model Interaktif Dari Miles Dan Huberman



Sumber: Sugiyono, 2011:247

Keterangan:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*): Data dan informasi yang didapatkan hasil pengumpulan dari observasi, wawancara secara mendalam, dokumentasi, *internet searching* yang dijadikan bahan masalah.
2. Reduksi data (*Data Reduction)*: mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema danpolanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila perlu. (Sugiyono, 2011:247)
3. Penyajian data (*Data Display*): Data yang terkumpul dan telah dikelompokkan itu kemudian disusun sistematis sehingga peneliti dapat melihat dan menelaah komponen-komponen penting dari sajian data.
4. Penarikan dan pengujian kesimpulan (*Drawing And Verifying Conclusions*): Pada tahap ini, peneliti melakukan interpretasi data sesuai Pengumpulan data Penyajian data Reduksi data Penarikan/pengujian kesimpulan dengan konteks permasalahan dan tujuan penelitian. Dari interpretasi yang dilakukan akan diperoleh kesimpulan dalam menjawab masalah penelitian.

3.2.6 Uji Keabsahan

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan Uji Kredibilitas Data atau uji kepercayaam 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 menurut Sugiyono dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member check. (Sugiyono, 2010:121)

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. (Sugiyono, 2010:127)
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)

3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini memiliki lokasi yang menjadi lapangan penelitian dari peneliti serta waktu berlangsungnya penelitian ini, adapun lokasi dan waktunya sebagai berikut:

3.3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, Lokasi penelitian peneliti dilakukan di Kota Bandung. Peneliti melakukan observasi di Kota Bandung, tidak terfokus pada satu tempat, tetapi dilakukan berdasarkan kesepakatan antara peneliti dan informan.

3.3.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan. Terhitung pada awal bulan September 2013 sampai dengan bulan Februari 2014. Tahapan penilitian ini meliputi persiapan, pelaksanaan, penelitian lapangan dan sidang kelulusan dengan perincian waktu.