BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak kemunculannya pada tahun 2009 lalu, aplikasi WhatsApp mendapatkan sambutan yang luar biasa dari masyarakat dunia, tanpa kecuali Indonesia. Berdasarkan data dari Detik.com, hingga penghujung tahun 2013 *User* aplikasi besutan Brian Acton dan Jan Koum ini bertengger diposisi pertama dalam aplikasi *Messenger* dunia. Meski bermunculan layanan *Mobile Messaging* lain, nyatanya WhatsApp belum kehilangan pamornya. Layanan *Mobile Messaging* populer ini nyatanya terus memperlihatkan pertumbuhan jumlah penggunanya.

Hingga Agustus 2013 setiap harinya ada 31 miliar pesan yang dikirimkan. Sepengguna 235 juta adalah pesan berisi foto. Pada akhir tahun 2013 WhatsApp *Messenger* sukses menambah 50 juta pengguna aktif kurang dari dua bulan. Kini, jumlah pengguna aktif bulanannya tembus 300 juta orang, menyadari persaingan kian ketat, layanan yang sudah berusia empat tahun ini juga memperluas fungsi komunikasinya, tak hanya pesan tertulis WhatsApp *Messenger* melampaui 300 juta pengguna bulanan di seluruh dunia. Pencapaian yang membuktikan WhatsApp *Messenger* menjadi bagian jaringan komunikasi abad 21.[1]

Dalam kesempatan yang sama, WhatsApp *Messenger* juga sekaligus memperkenalkan *Voice Messaging.* Rencana menghadirkan *push to talk button* ini mulai diwujudkan WhatsApp *Messenger* secara bertahap. Dengan menggunakan

[1] http://inet.detik.com/read/2013/08/07/130400/2325438/398/WhatsApp-tembus-300-juta-pengguna di akses rabu 20-11-2013 pukul 14.00

voice message ini memungkinkan dengan cepat dan mudah berkomunikasi secara *real time*, meski terpisah ribuan mil jauhnya.

Sumber lain melansir, tidak mengejutkan jika WhatsApp *Messenger* pada akhirnya menambahkan fungsi *voice Messaging* ini ke aplikasinya. Pasalnya, layanan *Messaging* lain yang menjadi rivalnya sudah banyak yang membenamkan fungsi ini. Tentunya, WhatsApp *Messenger* tidak mau ketinggalan untuk perkembangan komunikasi. [2]

Kemunculan WhatsApp *Messenger* yang memiliki *interface* sendiri membuat penggunanya makin dimanjakan, kemampuan mengirim gambar, video, suara, dan kontak menjadi salah satu kemudahan dalam berkomunikasi. Ada fitur terbaru yang diluncurkan adalah *Broadcast Message* untuk berkomunikasi, berbagi informasi dengan banyak orang.

WhatsApp *Messenger* merupakan aplikasi pesan seluler lintas *platform* yang memungkinkan pengguna bertukar pesan tanpa harus membayar biaya SMS, karena WhatsApp *Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk Email, Browsing Web, dan lain-lain. Aplikasi WhatsApp *Messenger* menggunakan koneksi GPRS, EDGE, 3G atau WiFi untuk komunikasi data, dengan menggunakan WhatsApp *Messenger* pengguna dapat melakukan obrolan *Online*, berbagi file, musik, lokasi, bertukar foto, video dan lain-lain.[3]

Pada tahun pertama WhatsApp *Meseenger* gratis untuk di *download* dan digunakan dengan tidak adanya iklan yang berjalan kemudian pada tahun selanjutnya WhatsApp *Messenger* akan dikenakan biaya aktifasi.

---

[2] http://inet.detik.com/read/2013/08/07/130400/2325438/398/WhatsApp-tembus-300-juta-pengguna di akses rabu 20-11-2013 pukul 14.00

[3] http://ilmu-agan.blogspot.com/2013/04/fungsi-aplikasi-whatsapp-pada-smartphone.html di akses rabu 20-11-2013 pukul 15.00

Kalaupun WhatsApp *Messenger* memiliki kekuranganya, karena WhatsApp hanya gratis untuk satu tahun pertama selanjutnya pengguna akan dihadapkan pada kesulitan untuk aktivasi perpanjangan masa aktif karena harus memiliki kartu kredit. Namun jika dipikir-pikir Rp9.000/tahun bukanlah masalah dibandingkan dengan fitur yang dimiliki oleh WhatsApp *Messenger* ini, hanya saja cara pembayarannya yang menyulitkan.[4]

Berdasarkan pengamatan peneliti selama ini, para *User* WhatsApp *Messenger* tampak lebih setia menggunakan aplikasi ini. Saat ditanya alasannya, mereka mengaku bahwa aplikasi ini sederhana, tetapi menjawab kebutuhan. Misalnya saja, selain bisa mengirimkan file teks, WhatsApp *Messenger* juga mampu mengirimkan file seperti foto dan video. Alasan-alasan itulah yang menyebabkan para *User* WhatsApp *Messenger* setia dalam menggunakan aplikasi WhatsApp *Messenger*.

Bahkan peneliti pernah bertanya kepada mereka terkait *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*.

[4] http://teknologi.kompasiana.com/internet/2013/01/06/WhatsApp-secara-tidak-langsung-mendepak-bbm-516923.html di akses rabu 20-11-2013 pukul 15.00

Fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari tentang *Instant Messenger* kerap menjadi perbincangan yang hangat, 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, dengan WhatsApp *Messenger* yang lebih nyaman, irit, mudah dan jaringan yang stabil. Disini ada perasaan dan keyakinan dalam diri para *User* mengapa menggunakan WhatsApp *Messenger*.

Dalam berbagai kegiatan yang terjadi baik dibidang bisnis *Online Shop* maupun pekerja ibu rumah tangga banyak yang menggunakan WhatsApp *Messenger* untuk bertukar informasi, berbagi musik dan berbagi foto dalam berinteraksi dan berkomunkasi, ditemukan adanya kecepatan dalam pengiriman pesan, pengiriman foto, respons yang *real time*, irit *bandwidth* dan tidak ada iklan yang dapat menggangu proses berlangsungnya komunikasi.

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*. Perkembangan WhatsApp *Messenger* yang lebih tenang tidak begitu terlihat, berbeda dengan pesaingnya yang lebih *agresif* dengan promosi iklan aplikasi pada media televisi maupun media lainnya.

Keunikan atau *diferensiasi* dari WhatsApp *Messenger* tanpa iklan ini dapat membuat orang-orang lebih nyaman untuk menggunakannya. Selain *chatting*, meng-*upload* foto, dan belakangan ini memperkenalkan *Push-To-Talk Messaging*, WhatsApp *Messenger* menawarkan sedikit fitur, dan lebih mengutamakan *User Experience* yang efisien.

Beberapa manfaat menggunakan WhatsApp *Messenger* ini memiliki fitur untuk mengirim gambar, video, suara, dan lokasi GPS melalui *hardware* GPS atau Google Maps media tersebut langsung dapat ditampilkan dan bukan berupa link. *Broadcats* dan *Group Chat*, *Broadcast* untuk mengirim pesan ke banyak pengguna, *Group Chat* untuk mengirim pesan ke anggota sesama kelompok. Terintegrasi ke dalam sistem, layaknya sms tidak perlu membuka aplikasi untuk menerima sebuah pesan, notifikasi pesan masuk ketika *handphone* sedang dalam keadaan mati akan tetap disampaikan jika *handphone* sudah hidup kembali. Hemat *Bandwidth*, karena terintegrasi dengan sistem, tidak perlu *login* dan *loading contact*, sehingga transaksi data yang dibutuhkan makin irit. Aplikasi dapat dimatikan, dan hanya aktif jika ada pesan masuk, sehingga bisa lebih menghemat penggunaan daya *battery*.[5]

Komunikasi sangat erat kaitannya dengan konsep diri karena komunikasi adalah faktor utama yang menentukan konsep diri seseorang, ke arah yang baik ataupun ke arah yang tidak baik dan juga hal yang paling mendasar dalam semua aspek.

[5] http://ilmu-agan.blogspot.com/2013/04/fungsi-aplikasi-whatsapp-pada-smartphone.html di akses rabu 20-11-2013 pukul 16.00

Konsep diri *User* WhatsApp *Messenger* pun dipengaruhi oleh komponen-komponen konsep diri itu sendiri yakni melalui komponen kognitif dan afektif. Komponen kognitif di sini ialah pengetahuan *User* WhatsApp *Messenger* terhadap dirinya sendiri sebagai *User* WhatsApp *Messenger*, hal tersebut pun tidak lepas dari adanya pengaruh dari orang terdekat dan lingkungannya. Begitu juga dengan komponen afektif yang tidak lepas dari pengaruh orang terdekat dan lingkungannya, komponen afektif ini menyangkut dengan perasaan *User* WhatsApp *Messenger* menjadi pengguna WhatsApp *Messenger*.

Konsep diri merupakan bagian yang penting dari kepribadian seseorang yaitu sebagai penentu bagaimana seseorang bersikap dan bertingkah laku. Jika manusia memenggang dirinya tidak mampu, tidak berdaya dan hal-hal negatif lainnya, ini akan mempengaruhi dia dalam berusaha. Konsep diri menjadi sangat mempengaruhi kepribadian seseorang, dengan konsep diri yang dimiliki seseorang, dia akan bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya. Setiap perbuatan atau tingkah laku seseorang berdasarkan konsep diri yang dibentuknya untuk menampilkan seseorang yang dia bentuk. Remaja mempunyai konsep dirinya masing-masing saat melakukan interaksi sosial, apa yang mereka pikirkan tentang dirinya akan tercermin dari bagaimana mereka berbicara dan bagaimana cara mereka berpenampilan bersikap. Citra yang mereka buat mengenai diri sendiri dengan sendirinya tampil melalui cara-cara tersebut. Bagaimana mereka mengapresiasikan diri sendiri dan tingkat penghargaan terhadap dirinya sendiri akan tercermin dari tingkah laku dan kepribadian yang mereka tunjukan kepada masyarakat ini juga mempengaruhi eksistensi diri dari *User* WhatsApp *Messenger* yang tampak terhadap lingkungan dan lawan komunikasi. Menurut Mead juga:

> "Konsep diri sebagai suatu obyek timbul di dalam interaksi sosial sebagai suatu hasil perkembangan dari perhatian individu tersebut mengenai bagaimana orang-orang lain bereaksi kepadanya. Sehingga dia dapat mengantisipasikan reaksi-reaksi orang lain agar bertingkah laku dengan pantas, individu tersebut belajar untuk menginterpretasikan lingkungannya sebagaimana yang dilakukan orang-orang lainnya" (Burns, 1993:19).

Menurut George Herbet Mead dalam buku *Introducing Communication Theory Analysis an Aplication Third Edition* konsep diri pada seseorang muncul bukan dari pikiran seseorang tersebut lebih dahulu, melainkan dari pemikiran dari orang lain terhadap diri pengguna dan baru diikuti pemikiran yang muncul pada diri pengguna dari pemikiran orang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah cara pemikiran secara menyeluruh tentang diri, yang meliputi kemampuan yang dimiliki, perasaan yang dialami, kondisi fisik dirinya maupun lingkungan terdekatnya (Richard West, 1997:58). Seperti yang dikatakan George Herbert Mead:

> "Bahwa setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi" (Mulyana, 2008:11).

Charles H. Cooley menyebut konsep diri itu sebagai *the looking glass self,* yang secara signifikan ditentukan oleh apa yang seseorang pikirkan mengenai pikiran orang lain terhadapnya, jadi menekankan pentingnya respons orang lain yang diinterpretasikan secara subyektif sebagai sumber primer data mengenai diri (Mulyana, 2008:11).

Konsep diri merupakan pandangan seseorang, persepsi seseorang terhadap sikap yang diambil menurut segi keyakinan yang dirasakan bagaimana memaknai sesuatu mengenai apa yang menjadi salah satu pilihan yang dipilih,

menyangkut perasaan, emosional, dan spiritual yang terbentuk dipengaruhi oleh lingkungan, pertemanan, sosial dan masyarakat.

Keberadaan seseorang terhadap lingkungan hidupnya sangat penting, pengakuan akan dirinya dan dikenal keberadaannya oleh orang lain menjadi salah satu penghargaan diri untuk diketahui oleh orang lain akan dirinya yang memiliki kelebihan atau perbedaan dari orang-orang yang tidak sama seperti dirinya. Eksistensi atau pengakuan, suatu keadaan dimana orang lain mengakui dan menghargai keberadaan seseorang tersebut.

Seperti hal nya para *User* WhatsApp *Messenger* juga ingin menunjukkan eksistensi dirinya bagaimana pandangan orang lain, atau pun keluarga, teman dekat, sahabat, teman sebaya, rekan bisnis, teman se-kantor, dalam suatu organisasi atau komunitas dan masyarakat di lingkungan *User* WhatsApp *Messenger* tinggal memandang akan dirinya dapat diterima dengan baik. Para *user* WhatsApp *Messenger* menggunakan WhatsApp *Messenger* ingin privasi keberadaannya tidak diketahui oleh orang banyak menyangkut data dirinya karena pada aplikasi WhatsApp *Messenger* hanya berupa layanan *chatting*, berbagi photo, berbagi video, lokasi, kontak. Tidak memunculkan data pribadi, lokasi keberadaannya, aktifitas yang sedang dilakukan oleh para *User* WhatsApp *Messenger* pada fitur pada aplikasi WhatsApp *Messenger* tersebut, eksis dalam berinteraksi, berkomunikasi namun disisi lain menjaga kerahasian data akan dirinya,

Dalam eksistensi terdapat batasan-batasan pada sisi eksistensi individual dan eksistensi sosial, kedua sisi tersebut berkaitan dan tampaknya menjadi suatu hal yang tak terpisahkan dari eksistensi individual dan eksistensi sosial, pada sisi

individual seseorang mengemukakan bagaimana dirinya ingin dihargai, dan diakui pada tahap ini merupakan bagian dari eksistensi sosial seseorang menyesuaikan diri terhadap masyarakat disekitarnya atau lingkungannya untuk bisa diterima oleh masyarakat dan keberadaannya itu ada.

Pada dasarnya *User* WhatsApp *Messenger* adalah makhluk sosial yang tak lepas dari bantuan orang lain, sehingga hewan, tumbuhan, keadaan dan lingkungan pun dapat mempengaruhi kehidupannya. Seperti seorang ibu rumah tangga menunjukkan eksistensinya dalam berbagi poto hasil masakannya dengan resep dan hidangan yang disajikan menjadi salah satu eksistensi dirinya terhadap teman-teman sekantornya atau kelompok arisannya, adapula eksistensi seorang mahasiswa yang seorang aktifis dalam kelompok android menunjukkan eksistensinya dalam hasil modifikasi atau eksperimennya dalam memodifikasi *smartphone* androidnya di kalangan teman-temannya ini merupakan eksistensi dirinya yang ingin diakui dan dihargai hasil karya akan modifikasi yang sudah dilakukannya.

Terkait dengan komunikasi antarpribadi, dimana setiap individu memiliki konsep dirinya masing-masing, mempunyai konsep diri yang berbeda-beda sesuai dengan status sosial, kebutuhan hidup dan faktor dari profesi pekerjaan para *User* WhatsApp *Messenger*. Peran dari suatu kelompok mempengaruhi berlangsungnya proses komunikasi disekitarnya. Setiap individu perlu untuk mengetahui lingkungan seperti apa yang ada disekitarnya, yang positif maupun negatif

Sehingga peneliti tertarik dalam melihat bagaimana konsep diri yang ada pada *User* WhatsApp *Messenger* dapat mengenal siapa dirinya dan bagaimana

tangapan mengenai dirinya melalui pandangan atau informasi yang diberikan oleh orang lain pada dirinya.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil rumusan masalah melalui pertanyaan makro dan pertanyaan mikro.

1.1.1 Pertanyaan Makro

Bagaimana Konsep Diri Para *User* WhatsApp *Messenger* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya?

1.1.2 Pertanyaan Mikro

Berdasarkan dari pertanyaan makro diatas, maka peneliti dapat merumuskan pertanyaan mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana Para *User* WhatsApp *Messenger* memaknai Dirinya (*Self)* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya?
2. Bagaimana *Significant Other* memaknai Para *User* WhatsApp *Messenger* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya?
3. Bagaimana *Reference Group* memaknai Para *User* WhatsApp *Messenger* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya?

1.2 Maksud dan Tujuan penelitian

1.2.1 Maksud penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa "Bagaimana Konsep Diri Para *User* Whatsapp *Messenger* (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Para *User* Whatsapp *Messenger* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya)".

1.2.2 Tujuan penelitian

Untuk mencapai hasil yang optimal terlebih dahulu perlu tujuan yang terarah mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian ini, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Para *User* WhatsApp *Messenger* memaknai Dirinya (*Self)* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya
2. Untuk mengetahui *Significant Other* memaknai Para *User* WhatsApp *Messenger* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya
3. Untuk mengetahui *Reference Group* memaknai Para *User* WhatsApp *Messenger* Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Dirinya

1.3 Kegunaan Penelitian

1.3.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat membantu dalam pengembangan pengetahuan ilmu komunikasi secara umum, serta berguna untuk pengembangan ilmu komunikasi antar pribadi secara khusus, khususnya mengenai konsep diri. Serta dapat dijadikan sebagai bahan

referensi juga wacana baru akan wawasan peneliti terhadap penerapan ilmu-ilmu komunikasi.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, kegunaan penelitian ini dengan harapan dapat memberikan suatu manfaat kepada segala pihak sebagai berikut:

1. **Kegunaan Bagi Peneliti**

   Kegunaan bagi peneliti adalah sebagai salah satu bentuk aplikasi penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru bagi penelitian, khususnya dalam mengaplikasikan ilmu komunikasi terutama ilmu humas dalam memahami konsep diri para *User* WhatsApp *Messenger* dalam menunjukkan eksistensi dirinya. Penelitian ini juga dapat memberikan kesempatan yang baik untuk dapat mengaplikasikan berbagai ilmu teori ilmu komunikasi dalam bentuk nyata dan membandingkannya dalam keadaan yang sebenarnya dilapangan.

2. **Kegunaan Bagi Universitas**

   Penelitian yang digunakan bagi mahasiswa unikom pada umumnya ilmu komunikasi dan pada khususnya humas diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dan pengembangan bagi penelitian sejenis lainnya sebagai literatur dengan kajian penelitian yang sama untuk masa yang akan datang. Penelitian ini juga diharapakan dapat memberikan kontribusi nyata bagi Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya tentang jejaring sosial yaitu yang salah satunya WhatsApp *Messenger*.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru dan informasi kepada masyarakat dalam berkomunikasi dengan WhatsApp *Messenger* didalam kehidupan sehari-hari, diberbagai bidang di wilayah, Kota dan di lingkungan. Khususnya mengenai konsep diri para *User* WhatsApp *Messenger* di Kota Bandung dalam menunjukkan eksistensi dirinya yang dipengaruhi oleh lingkungan yang menjadikan salah satu pandangan orang lain akan dirinya sebagai *User* WhatsApp *Messenger* yang mempunyai peran penting akan keberadaannya yang eksis, diterima dan dikenal oleh semua orang sebagai makhluk sosial yang tak lepas dari kehidupan berinteraksi, bersosialisasi, berkomunikasi, dan berbagi pengetahuan dengan orang lain yang memerlukan informasi.