

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah berubah cara interaksi individu dengan individu lain. Internet menjadi ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan penggunaannya.

Keberadaan internet secara tidak langsung menghasilkan sebuah generasi yang baru, Generasi ini dipandang menjadi sebuah generasi masa depan yang diasuh dan dibesarkan dalam lingkungan budaya baru media digital yang interaktif, yang berwatak menyendiri (desosialisasi), berkomunikasi secara personal (Ibrahim, 2011: 310).

Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi. Pesatnya kemajuan teknologi tidak bisa dipungkiri semakin memanjakan manusia, contohnya dalam hal berkomunikasi. Interaksi yang terjadi dengan Salah satu teknologi yang berkembang adalah teknologi komunikasi *mobile*, yaitu alat komunikasi yang bergerak. Artinya siapa saja bisa berkomunikasi kapanpun dan dimanapun dengan jaringan komunikasi yang selalu ada. Perangkat komunikasi yang mendukung adalah *smartphone*.

Perangkat komunikasi tersebut didukung juga dengan berkembangnya teknologi internet. Internet sendiri merupakan wujud perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mempermudah masyarakat untuk memperoleh dan bertukar informasi dengan

cepat. Karena internet yang sifatnya tidak terbatas, kita dapat berhubungan dengan siapapun dari seluruh dunia, tidak mengenal jarak dan perbedaan waktu. Kegiatan pertukaran informasi tersebut sangat beragam dengan media yang beragam pula, serta dengan anggota yang bermacam-macam diseluruh dunia.

*Global web index* sebuah perusahaan riset yang meneliti pasar konsumen digital pada tanggal 13 maret 2014, baru-baru ini menunjukkan negara-negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak serta perkembangan jumlah pengguna paling pesat di dunia dalam lima tahun terakhir. Di asia, sebanyak 653 juta orang berlangganan paket data agar dapat mengakses internet melalui *handphone*. Asia tenggara ialah wilayah yang paling berpusat pada *mobile* dengan tingkat penetrasi 109 juta persen. Cina menempati posisi pertama pengguna internet terbanyak, dengan angka 463 juta orang sedangkan Indonesia menempati peringkat ketujuh dengan angka 58 juta orang pengguna internet (<http://id.techinasia.com/dalam-5-tahun-terakhir-jumlah-pengguna-internet-indonesia-naik-430-persen-grafik/di> akses pada 11 Januari 2015 pukul 10.00 wib).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis hasil riset nasional terkait pengguna internet Indonesia selama kurun waktu 2014. Dijelaskan, ada penetrasi pengguna internet sebesar 34,9 persen. Penggunaan terbanyak yaitu 87,4 persen, nitizen mengakses internet untuk menggunakan jejaring sosial.

(<http://m.news.viva.co.id/news/read/606550-riset--masyarakat-indonesia-rajin-gunakan-jejaring-sosial/> diakses pada 10 Agustus 2015 pukul 19.00 WIB).

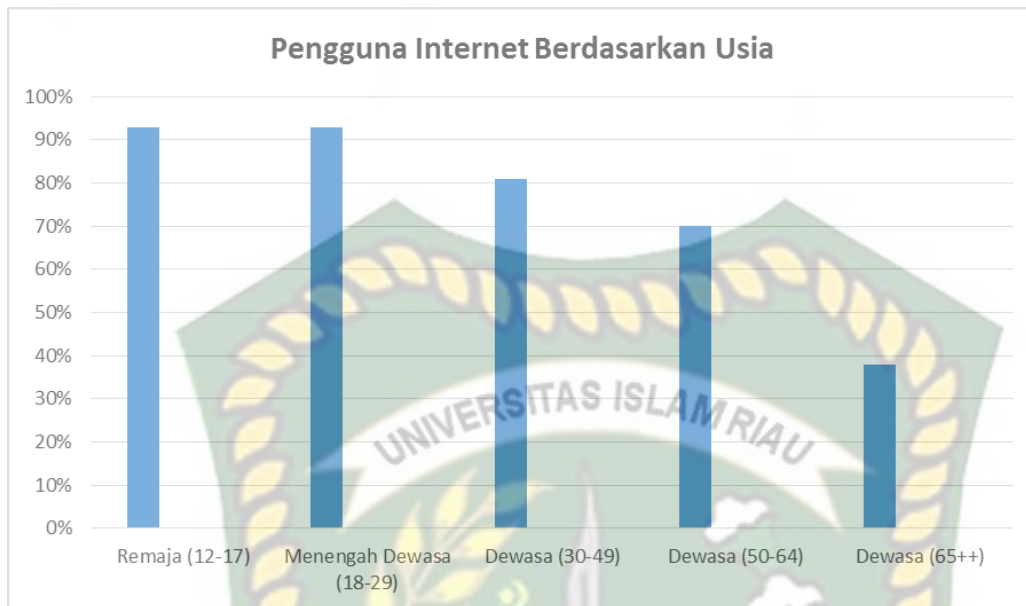
Salah satu bentuk perkembangan dari internet adalah media sosial, Proses komunikasi melalui media sosial menyebabkan terjadinya pertukaran faktor-faktor

budaya antar individu dengan individu, individu dengan kelompok sosial, dan kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya. Keberadaan internet sebagai wadah komunikasi akhirnya juga berpengaruh terhadap pertukaran informasi dan nilai-nilai budaya.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan fungsi dan tujuan internet tidak hanya diperuntukkan untuk keperluan edukasi dan komersial, melainkan dikembangkan lebih lanjut untuk fungsi komunikasi yang disebut dengan media sosial. Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar teknologi dan mendukung penciptaan serta pertukaran *user-generated content*, juga memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi dalam komunikasi dan dikemas dalam bentuk yang beragam jejaring sosial, forum, wikidan lain (Haenlein, 2010:66)

Menurut pewinternet.com pengguna *internet* didominasi oleh kalangan remaja usia 12 remaja menuju dewasa berusia 18 sama-sama memiliki presentase 93 persen.

**Gambar 1.1:** Tingkat Pengguna Internet Berdasarkan Usia

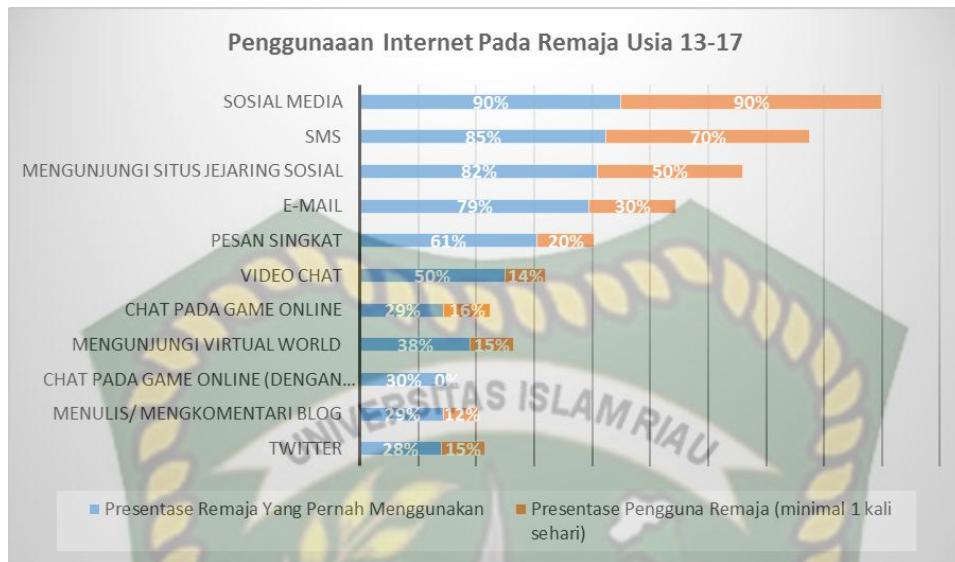


<sup>1</sup>Sumber:(PewResearchCenter, *InternetUser by Age Groups*, 2015)

Dari penelitian penggunaan *internet* remaja (13-17 tahun), media sosial memiliki pengaruh besar dalam penggunaan *internet* antara 11 aktivitas penggunaan pada Gambar 1.2 7 (tujuh) di antaranya merupakan aktivitas penggunaan media sosial (*media, visited a social-networking site, instant messaged, video chat, virtual world, written/commented on a blog dan twitter*) Penggunaan internet oleh remaja yang didominasi dengan penggunaan media sosial juga terjadi di Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil survey yang dilakukan oleh Statista melalui halaman *websitenya* dengan judul *Penetration of leading social networks in Indonesia* terhitung sampai kuartal keempat tahun 2014.

**Gambar 1.2:** Penggunaan <sup>2</sup>internet pada remaja usia 13-17 Tahun

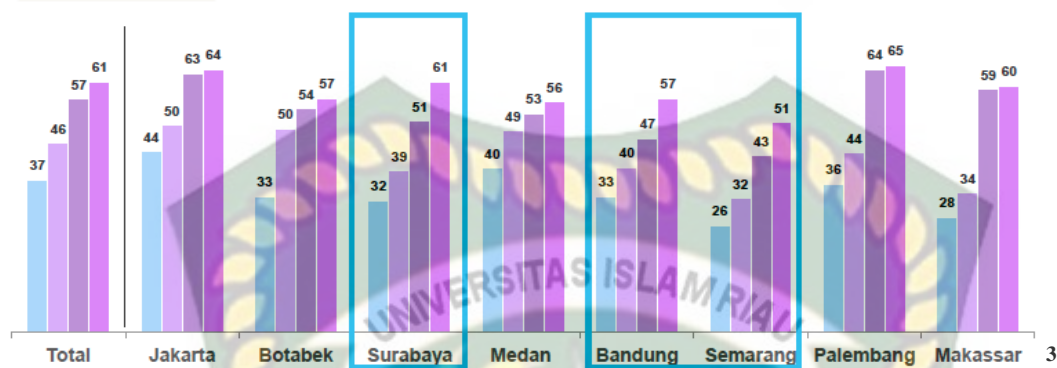
<sup>1</sup> PewResearchCenter. (2015). *Internet User by Age Groups*. Dipetik Oktober 22, 2017, dari <http://www.pewinternet.org/>



**Sumber:** (PewResearchCenter, *Use of Social and DigitalCommunication* 2015)

Besarnya jumlah pengguna internet tersebut berdampak pula pada tingkat pengguna media sosial. Indonesia juga memiliki 10 kota yang memiliki aktivitas *online* tertinggi. Pada diagram di bawah ini terlihat pengguna *internet* disetiap tahunnya mengalami peningkatan. Data statistik menunjukkan pada tahun 2011 sebesar 22%, kemudian ditahun berikutnya mengalami kenaikan sebesar 43% (Yahoo!-TNS, 2013). Pertumbuhan tersebut didorong oleh pergeseran penggunaan *internet* melalui jaringan yang digunakan secara kolektif seperti warnet (warung internet) dan *wifi* berubah menjadi lebih personal. terutama penggunaan perangkat *mobile*. Maka tak heran jika *internet* sering digunakan sebagai media sosial saat ini. Dengan mudahnya setiap pengguna membawa dunia maya mereka ke ruang tidur, meja makan, sampai ke jalan sekalipun saat dia di dalam kendaraan.

**Gambar 1.3:** Pertumbuhan Penggunaan Internet Bulanan Dibeberapa Kota Di Indonesia



Sumber : (Yahoo!-TNS Net Index Indonesia, 2013)<sup>i</sup>

Kemudahan yang diberikan teknologi komunikasi baru membuat penggunanya menjadi ketergantungan. *Dependency Theory* mendefinisikan bahwa ketergantungan berkaitan dengan upaya pemenuhan kebutuhan atau pencapaian tujuan dengan bergantung pada sumber daya lain, dalam hal ini media sosial (Schrock, 2006: 4).

Media tersebut dianggap oleh mereka sebagai satu-satunya cara untuk memenuhi kebutuhan. Seolah-olah manusia tidak bisa hidup tanpa bantuannya. Sehingga masyarakat mencari kepuasan dalam teknologi dan menerima perintah dari teknologi. Keberadaannya dianggap sebagai kekuatan sosial yang dominan. Seperti halnya yang diungkapkan Neil Postman, bahwa teknologi mendorong budaya *technopoly* yaitu suatu budaya dimana masyarakat di dalamnya mendewakan teknologi dan teknologi tersebut mengontrol semua aspek kehidupan (Straubhaar, 2010: 50).

<sup>3</sup> <http://www.jagatreview.com/2012/06/yahoo-tns-net-index-2012-pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-didorong-oleh-jumlah-perangkat-mobile/>

Internet sendiri merupakan wujud perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mempermudah masyarakat untuk memperoleh dan bertukar informasi dengan cepat. Karena internet yang sifatnya tidak terbatas, kita dapat berhubungan dengan siapapun dari seluruh dunia, tidak mengenal jarak dan perbedaan waktu. Kegiatan pertukaran informasi tersebut sangat beragam dengan media yang beragam pula, serta dengan anggota yang bermacam-macam diseluruh dunia.

Proses komunikasi melalui media sosial menyebabkan terjadinya pertukaran faktor-faktor budaya antar individu dengan individu, individu dengan kelompok sosial, dan kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya. Keberadaan internet sebagai wadah komunikasi akhirnya juga berpengaruh terhadap pertukaran informasi dan nilai-nilai budaya.

Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan yang tak kalah mencuri perhatian publik adalah *Path*.

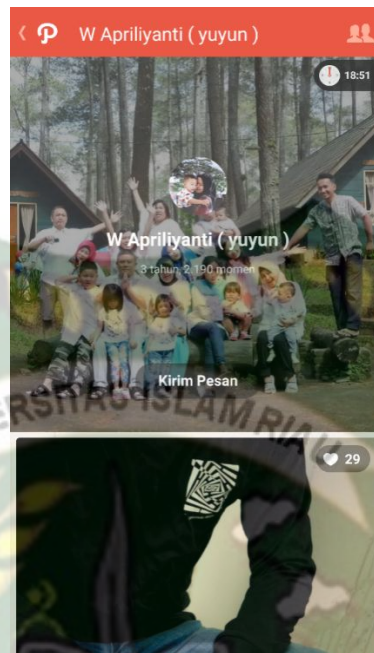
Media sosial *Path* merupakan jejaring sosial dimana para pengguna dapat mengakses berbagai fitur aplikasi seperti fitur berbagi momen, fitur mengunggah foto dan video, fitur mengunggah lokasi, fitur berbagi musik, film dan buku, fitur tidur, fitur belanja, fitur mengirim pesan pada orang lain serta fitur berbagi komentar dengan sesama pengguna *Path* yang sebagian besar adalah remaja dan mahasiswa. Pada tahun 2013 *Path* banyak digandrungi oleh anak muda. *CEO dan Co-founder Path Dave*

Morin, mengatakan angka pengguna aktif *Path* di Indonesia menjadi yang terbesar di dunia dengan jumlah mencapai 4 juta pengguna (<http://tekno.liputan6.com>).



**Gambar 1.4** : Profil pengguna *Path*





Sumber : Dokumentasi Peneliti<sup>4</sup>

Jejaring sosial digunakan para remaja untuk berlomba-lomba menjadikan identitas dirinya sebagai remaja yang “*up to date*” dengan cara menjadi pengguna aktif sosial media dengan *check in place* di tempat-tempat yang *high class*, foto-foto bersama teman-teman, *genre music*, film dan buku yang sedang populer (<http://komunikasi.us>).

Penggunaan jejaring sosial *Path* telah menjadi sebuah rutinitas mahasiswa pada saat ini. Melalui jejaring sosial tersebut mahasiswa mampu berbagi mengenai segala aktivitas yang diunggahnya. Menurut Burhan Bungin (2009:166)

Untuk menjaga privasi para penggunanya, *Path* membatasi pertemanan hanya 150 orang saja. 150 orang teman yang dibatasi dalam media sosial *Path* ini ternyata diambil dari sebuah penelitian. Professor Robin Dunbar dari *Exford University* dalam

<sup>4</sup><https://www.maxmanroe.com/mengenal-sosial-media-path-apa-bedanya-dengan-sosmed-lain.html>

penelitiannya menemukan bahwa angka 150 itu adalah jumlah hubungan pertemanan manusia yang berkualitas.

Sebagai media sosial yang ditujukan untuk mendekatkan teman-teman akrab saja, Path berusaha untuk membuat media sosial ini dapat digunakan dengan baik. Sehingga penggunanya dapat menggunakan Path tanpa takut privasinya terganggu karena hanya berteman dengan teman-teman dekatnya sendiri. Meskipun begitu, Morin selaku CEO dari Path tidak menutup kemungkinan akan menambah jumlah pertemanan di dalam media sosial besutannya, dan setelah melihat perkembangan penggunanya akhirnya Morin meningkatkan jumlah pertemanan menjadi 500 teman. Dengan bertambahnya pertemanan yang disediakan diharapkan akan menjangkau banyak teman tapi tetap menjaga privasi penggunanya.

Disinggung mengenai apa yang melatarbelakangi ide Morin dalam membuat media sosial Path, dia mengatakan bahwa privasi yang terbuka menjadi alasannya.

Sudah banyak contoh kasus kejahatan yang terjadi dengan memanfaatkan media sosial. Oleh sebab itulah Morin mencoba memberikan kenyamanan bagi pengguna media sosial dalam membagikan semua hal di media sosialnya tanpa takut ada masalah yang akan dihadapi di kemudian hari.

Selain privasi yang terjaga, Morin ingin agar dengan Path ini bisa membangun hubungan yang lebih baik antara pengguna dengan orang-orang terdekatnya. Jarak yang membentang di antara mereka tidak akan terasa dengan media sosial satu ini. Memang

Facebook dan Twitter mampu mengatasi jarak yang menghadang, tapi masalah privasi belum bisa mereka atasi.

Oleh karena itulah Path dilahirkan untuk melengkapi sosial media yang sudah ada. jika di jejaring sosial lainnya sering kita lihat kolom iklan atau *ads side* dan promosi lainnya, di Path kita tidak akan menemukan hal seperti itu, ini menjadikan Path lebih terfokus kepada penggunanya sendiri.

Dengan kata lain, Path menggabungkan beberapa fitur yang terdapat di jejaring sosial lain ke dalam satu kemudahan. Ada juga fitur yang tak dapat ditemui oleh media sosial lainnya, yaitu *Path daily* fitur ini memungkinkan pengguna secara otomatis mendapat latar belakang gambar pada status yang dituliskannya, yaitu dengan menyematkan *hashtag* (*#Pathdaily*) maka status pengguna akan memiliki latar gambar yang random.

Path merupakan pendaatang baru di ranah jejaring sosial yang meraih popularitas dalam waktu relatif singkat. Jumlah anggotanya pun meningkat pesat, termasuk di Indonesia, yang menunjukkan bahwa layanan ini berhasil menarik hati pengguna dari berbagai kategori usia.

Angka anggota aktif Path di Indonesia pun ternyata yang terbesar di dunia, dengan jumlah mencapai kisaran 4 juta orang, sebagaimana diungkapkan oleh pendiri dan CEO Path, Dave Morin, dalam wawancara dengan situs *Daily Social*.

Menurut Morin, yang ketika berkunjung ke Jakarta, para pengguna Path dari Indonesia ini sangat aktif dan setiap harinya menyumbang sekitar setengah dari

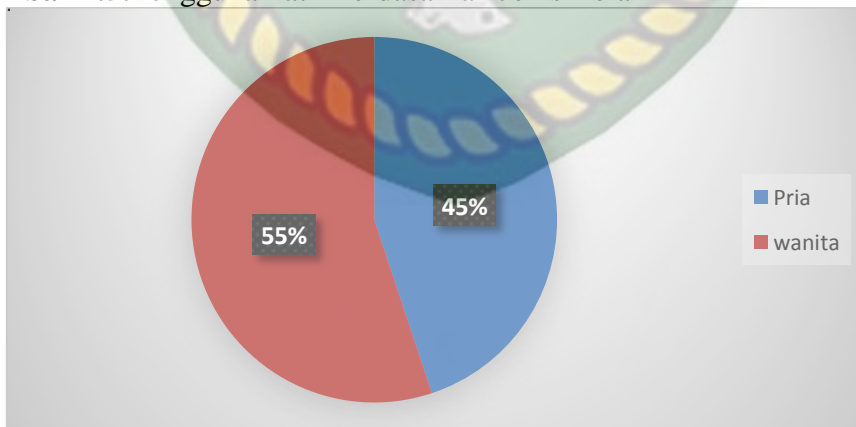
keseluruhan aktivitas di Path. Dengan kata lain, 50 persen pengguna aktif harian Path berasal dari Indonesia.

Secara bulanan, Indonesia menyumbang 30 persen trafik internet Path, disusul oleh Amerika Serikat yang sama-sama menyumbang 30 persen. Negeri Paman Sam ini juga merupakan basis pengguna Path terbesar kedua di dunia setelah Indonesia. Sisanya sebanyak 40 persen datang dari negara-negara lain. Path sendiri hingga akhir kuartal II 2013 lalu tercatat memiliki 12 juta pengguna yang berasal dari pengguna perangkat Android dan iOS.

Sudah banyak contohnya kasus kejahatan yang terjadi dengan memanfaatkan media sosial. Oleh sebab itulah Morin mencoba memberikan kenyamanan bagi pengguna media sosial dalam membagikan semua hal di media sosialnya tanpa takut ada masalah yang akan dihadapi di kemudian hari. (Maxmanroe, 2015).

Berikut data statistik *The Behavior of Path Users in Indonesia* dengan jumlah 499 responden yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia (Raharfian, 2015)

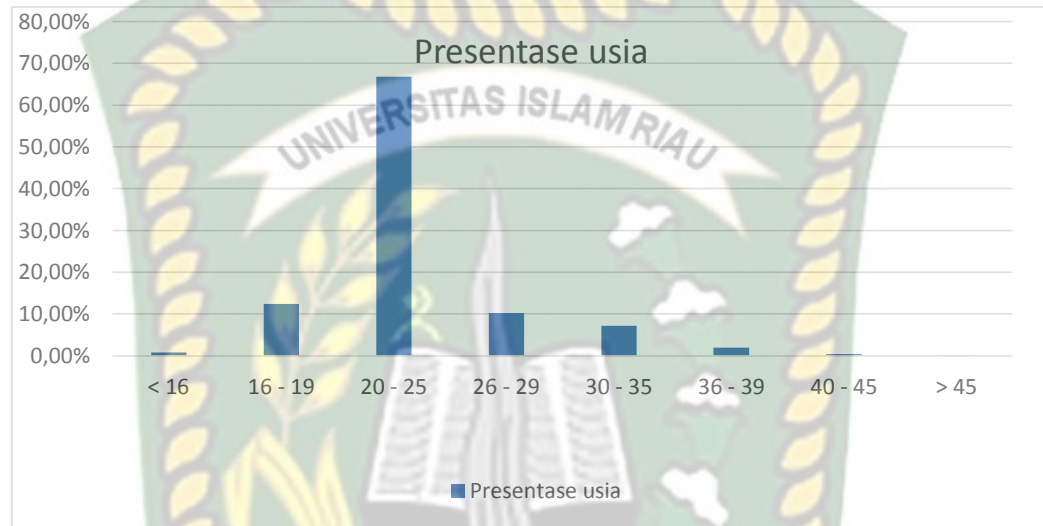
**Gambar 1.5:** Pengguna Path Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : *jakpat.net*

Berdasarkan gambar di atas, jumlah pengguna Path wanita sebesar 55,11% dimana angka ini lebih besar dibandingkan dengan jumlah pengguna Path pria yang hanya sebesar 44,89%.

**Gambar 1.6:** Pengguna Path Berdasarkan Usia



Sumber : *jakpat.net*

Grafik di atas menunjukkan jumlah pengguna Path berdasarkan usia. Berdasarkan grafik tersebut, jumlah terbesar pengguna Path berada pada usia 20-25 tahun, yang memiliki presentase 66,73%. Dan jumlah yang paling terkecil ada di kisaran umur > 45 tahun yang hanya memiliki presentase 0,20%.

**Gambar 1.7:** Pengguna Path Berdasarkan Tujuan Penggunaan



**Sumber :** *jakpat.net*

Grafik di atas menunjukkan lebih dari setengah jumlah keseluruhan responden (61,59%) menyatakan bahwa mereka menggunakan Path untuk 2 pilihan tujuan di atas, yaitu untuk mendapatkan informasi dan untuk bagikan momen.

Menurut hasil penelitian Paramitha Amanda 2013 Munculnya sosial media path menimbulkan berbagai perilaku yang beragam oleh penggunaannya. Sosial media path di gunakan untuk sarana eksistensi diri para penggunaannya. mengakses sosial media path setiap saat atau bisa di bilang mereka menggunakan sosial media path tidak mengenal waktu lagi. Sebagian besar mahasiswa menggunakan sosial media path sebagai sarana eksistensi diri yang bertujuan agar orang lain dapat mengetahui keberadaan mereka.

Terdapat Perilaku scripted atau perilaku karena kebiasaan dalam berinteraksi yaitu mahasiswa menggunakan media sosial path untuk berinteraksi dengan pengguna yang lain karena sosial media path dianggap efektif dalam berinteraksi.

Remaja menggunakan sosial media path untuk berinteraksi dengan cara memberikan *feedback* pada postingan teman dalam akun path mereka. Remaja membagikan moment dalam akun sosial media path mereka yang tidak sesuai dengan yang ada dalam kehidupan nyata mereka. Hal Ini dilakukan sebagai perilaku spontan yang dilakukan tanpa dipikirkan terlebih dahulu sehingga menyebabkan perubahan sikap dan perilaku dalam berkomunikasi. Sosial media path di anggap dapat menjadi identitas personal penggunanya.

Selain itu, terdapat tuduhan lain dari FTC bahwa Path melanggar kerahasiaan pengguna dengan melakukan proses pengumpulan data – data pribadi dari buku alamat telepon para pemakainya tanpa alasan jelas apa yang dilakukan oleh Path terhadap data – data tersebut. FTC menduga Path melakukan hal tersebut melalui fasilitas “Add Friends” yang muncul pada aplikasi Path vrsi 2.0 untuk iOs. Fasilitas “Add Friends” ini memungkinkan pemakainya untuk mencari teman – teman berdasarkan data di Facebook maupun pada buku telepon penggunanya, walaupun tidak mengaktifkan opsi “Find friends from your contact”.

Kasus lain juga pernah terjadi pada Februari 2012 lalu dimana Path melalui aplikasinya untuk iOs terbukti menggugah data – data personal buku telepon pemakai ke *server* Path. (info komputer, 2013).

Banyak penyebab yang ditimbulkan 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. Path bisa dikatakan media sosial yang sedang tren saat ini dibandingkan dengan media sosial

lain yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang terutama di kalangan mahasiswa. Inilah yang mendorong berbagai motif, interaksi, dan informasi pada banyaknya mahasiswa yang menggunakan Path terutama di kalangan mahasiswa Fikom, selain berbeda dan lengkap, Path yang *exclusive* dan hanya bisa diakses di *gadget* dan ponsel *smartphone*, menjadi daya tarik tersendiri bagi remaja Pekanbaru untuk menggunakannya.

Fitur-fitur yang terdapat di dalam path tidak hanya mampu menampilkan aktivitas penggunanya tetapi juga dapat menunjukkan eksistensi diri penggunanya. Berbagai kelebihan yang terdapat di dalam path pada akhirnya mengarahkan penggunaan kepada gejala-gejala menunjukkan kelas sosial dan gaya hidup untuk menunjukkan eksistensi diri.

Setelah melakukan pemantauan terhadap penggunapath dikalangan mahasiswa Fikom dari 229 akun diambil sample sebanyak 20% pengguna tidak segan meng-*upload Photo, share location, music*, dan segala kegiatannya untuk disampaikan kepada teman-temannya untuk membentuk identitas diri mereka, serta mengarah kepada untuk eksistensi diri.

Oleh karena itu diperlukannya teori literasi media, Teori Literasi media dapat dikatakan sebagai suatu proses mengakses, menganalisis secara kritis pesan media, dan menciptakan pesan menggunakan alat media

(Hobbs, 1996: 25) Menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang dihasilkan, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan tersebut. Maka dapat dikatakan



bahwa adanya Internet atau media baru ini membuat pola komunikasi simanusia berubah. Seseorang tidak hanya berada di posisi sebagai konsumen media tetapi juga dapat menjadi sebagai produsennya.

Tujuan dasar literasi media ialah mengajar khalayak dan pengguna media untuk menganalisis pesan yang disampaikan oleh media massa, mempertimbangkan tujuan komersil dan politik di balik suatu citra atau pesan media, dan meneliti siapa yang bertanggungjawab atas pesan atau idea yang diimplikasikan oleh pesan atau citra itu. Seseorang pengguna media yang mempunyai literasi media atau melek media akan berupaya memberi reaksi dan menilai sesuatu pesan media dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Melihat kedalam literasi media itu penting, maka mengacu permasalahan yang ada,olehkarena itu penelitian ini saya beri judul.*Path* Dan Literasi Media Bagi Pemilik Akun(Studi Pada Akun *Path* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau)

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Baimanana pemanfatan path dikalangan mahasiswa FIKOM?
2. Bagaimana literasi media pemilik akun*Path*?
3. Bagaimana pembatasan penggunaan *Path*?
4. Bagaimana dampak Penggunaan *Path*?
5. Bagaimana Penyaringan informasi dalam menggunakan *Path*?

### **C. Fokus penelitian**

Salah satu hal penting dalam penelitian ini agar tidak melebar kebidang ilmu lain adalah menentukan batasan masalah. Dipenelitian ini, fokus penelitian adalah Pemanfaatan *Path* dan Literasi Media dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut: **Bagaimana Pemanfaatan *Path* dan Literasi Media dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau?**

### **E. Tujuan Masalah Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan diatas maka penelitian Ini bertujuan untuk mengetahui:Pemanfaatan *Path* dan Literasi Media dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

### **D. Manfaat Masalah Penelitian**

#### **1.Manfaat Teoritis**

Memberikan sumbangan ilmu bagi kajian ilmu komunikasi dalam pola pemanfaatn media sosial path dikalangan mahasiswa, dengan penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang literasi media dalam memanfaatkan media sosial, serta memberi masukan bagi pembaca bagi referensi untuk mengetahui cara bagaimana seorang menggunakan media sosial tersebut.

## 2. Manfaat Praktis

Memberikan masukan dan bahan koreksi bagi mahasiswa. Dalam hal ini menggunakan dan menfaatan media sosial path.

