

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media (Effendy, 2006 : 5).

Shanon dan Weaver (Cangara, 2011:20) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Oleh karena itu, jika kita berada dalam situasi berkomunikasi, kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dalam simbol yang digunakan dalam berkomunikasi yang bertujuan untuk memberitahu ataupun mengubah sikap.

2. Internet

Internet (*Inter-Network*) adalah sebutan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Internet menyediakan akses untuk layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Adapun Layanan internet yang tersedia saat ini seperti komunikasi langsung (*email, chat*), diskusi (*Usenet News, email, milis*), sumber daya informasi yang terdistribusi (*World Wide Web, Gopher*), remote login dan lalu lintas file (*Telnet, FTP*), dan aneka layanan lainnya.

Menurut Alyusi (2016:1) internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi sosial online. Melalui kecanggihan teknologi informasi, maka masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial.

3. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media komunikasi berbasis internet. Media sosial terdiri dari media dan sosial. Istilah media

dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui Laughey (Hasrullah, 2017:3).

Menurut Fuchs (Hasrullah 2017:6), disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial, karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.

Dua pengertian dasar tentang media sosial telah dijelaskan, jadi definisi media sosial Menurut Hasrullah (2017:11) adalah medium diinternet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Jadi media sosial itu merupakan suatu perangkat wadah bagi pengguna untuk mempresentasikan diri, maupun berinteraksi dengan individu lainnya yang menggunakan aplikasi tersebut dengan menggunakan jaringan internet.

Adapun macam-macam media sosial yang tengah berkembang saat ini adalah:¹

a) *Facebook*

Facebook raja dari semua sosial media dengan memperoleh user sebanyak 1 milyar 300 juta pengguna, ini berarti *facebook* menjadi sejarah situs jejaring sosial yang paling banyak memikat manusia di seluruh planet bumi.

¹ <http://www.tahupedia.com/content/show/789/10-Sosial-Media-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia> di unduh pada tanggal 5 Desember 2017

b) *Twitter*

Twitter mengusung fitur yang terbilang unik dan kreatif menjadi daya tarik tersendiri bagi peminatnya. Istilah-istilah di *twitter* selalu menarik untuk di ikuti terbukti *twitter* menjadi sorotan publik dalam hal trending topik dan berita berita *terupdate* lainnya.

c) *Path*

Sosial media *path* ini hanya bisa digunakan melalui *mobile phone* saja. Tampilannya yang simpel dan mudah digunakan semakin membuat orang menyukai aplikasi sosial media ini. Perlu diingat juga bahwa *path* tidak dapat menampung banyak teman layaknya *facebook* dan *twitter*.

d) *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Kegunaan utama dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.

e) *Wechatt*

Wechatt adalah aplikasi yang bisa di gunakan untuk *chatting* seperti layaknya YM (*Yahoo Messenger*) dengan emoticon lucu dan *voice calling* yang mampu membius banyak pengguna untuk menggunakannya.

f) *Kakaotalk*

Kakaotalk adalah aplikasi yang bisa dipakai untuk berkomunikasi dengan sesama yang bisa di download gratis dengan memanjakan pengguna dengan fitur *emoticon* yang lucu untuk mengekspresikan saat berikirm pesan antar teman.

g) *LINE*

Line adalah aplikasi chatt gratis semacam *kakaotalk*, di *line* juga banyak sekali *emoticon* yang lucu yang di gunakan untuk menunjukkan ekspresi pada pengguna.

h) *Snapchat*

Snapchat merupakan salah satu dari 8 jejaring sosial terbaru terpopuler di seluruh dunia yang berikutnya. Dengan menggunakan *snapchat* ini maka akan memungkinkan anda untuk berbagai video serta foto ke orang lain.

i) *WhatsApp*

WhatsApp merupakan teknologi *Instant Messaging* seperti SMS dengan berbantuan data internet berfitur pendukung yang lebih menarik. *Whatsapp* tidak hanya digunakan dalam personal chat saja tetapi juga dapat digunakan untuk grup chat. *Whatsapp* sudah muncul sejak tahun 2009 lalu. Hingga kini *whatsapp* menjadi aplikasi mobile terpopuler dengan pengguna terbanyak di Indonesia.

j) *BBM*

Semenjak kemunculannya pertama kali di Indonesia, aplikasi sosial media ini langsung menarik hati banyak orang. Aplikasi yang pada awalnya hanya tersedia di *platform blackberry* ini langsung membuat banyak orang berpindah menggunakan *mobile phone blackberry*.

Berdasarkan jenis-jenis media sosial diatas, maka peneliti akan fokus pada aplikasi media sosial *WhatsApp*, karena dalam penelitian ini peneliti ingin melihat yang berkaitan dengan konstruksi makna maka yang akan dilihat adalah makna apa yang mendorong penggunaan grup *WhatsApp* bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam. Hal ini dikarenakan *WhatsApp* sering digunakan sebagai forum diskusi bagi mahasiswa untuk menunjang segala kegiatan perkuliahan. Serta *WhatsApp* juga adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan serta aplikasi mobile terpopuler.

4. *WhatsApp*

WhatsApp merupakan teknologi *Instant Messaging* seperti SMS dengan berbantuan data internet berfitur pendukung yang lebih menarik. *WhatsApp* merupakan bagian dari sosial media. Sosial media merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya dapat saling berbagi berbagai macam konten sesuai dengan fitur pendukungnya.

Pembuat aplikasi *WhatsApp* adalah dua orang mantan karyawan *Yahoo Inc.* yang memiliki pengalaman teknis selama 20 tahun, yaitu Brian Acton dan Jan Koum. Mereka memberi nama *WhatsApp* dari asal kata *what's up* yang berarti apa kabar. Aplikasi *WhatsApp* mereka diciptakan dengan tujuan agar alternatif lain yang lebih bagus dari SMS.

WhatsApp tidak hanya digunakan untuk berkirim pesan saja, tetapi *WhatsApp* juga bisa digunakan untuk menelepon serta berkirim gambar/foto, video dan audio tanpa batas ukuran. Selain itu pihak *WhatsApp* juga menyediakan fitur grup yang memungkinkan kita untuk melakukan diskusi dengan kelompok yang berisikan orang-orang pilihan pemilik grup seperti menyisipkan dokumen, kamera, lokasi, kontak, audio maupun video. Grup *WhatsApp Messenger* merupakan sebuah layanan grup diskusi yang mampu menampung hingga 256 peserta. Jumlah yang sangat banyak dan dapat dikumpulkan hanya dalam satu aplikasi. Para anggotanya dapat saling berbagi diskusi dan informasi secara online melalui ruang virtual tersebut².

Dalam penelitian ini akan difokuskan pada konstruksi makna dalam penggunaan grup *WhatsApp Messenger*.

5. Motif

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian motif. Motif, atau dalam bahasa Inggris “motive” berasal dari kata *movere* atau *motion*,

² <http://www.ardilas.com/2015/09/definisi-arti-whatsapp-adalah-merupakan-aplikasi-berkirim-pesan-messenger-chatting-android.html> Diakses pada tanggal 09 November 2017

yang berarti gerakan atau sesuatu yang bergerak. dalam psikologis, istilah motif erat hubungannya dengan “gerak”, yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia atau disebut juga perbuatan atau perilaku (Sarwono,2009:137).

Menurut Sherif (Sobur, 2003:267) motif sebagai suatu istilah generik yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi dan selera sosial, yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut.

Sementara menurut Gufron, Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan (2012:83).

Dari berbagai macam pendapat dari para ahli di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan. Motif juga merupakan suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu. motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya

mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksud-maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia.

6. Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti “menampak”. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari. Jadi suatu subjek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada didepan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal itu maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek (Kuswarno, 2009:1).

Tujuan fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan tindakan, seperti bagaimana fenomenologi tersebut dinilai atau diterima secara estetis.

Dalam tinjauan fenomenologi melihat adanya Motif Menurut Schutz (Kuswarno, 2009:111), dalam pembentukan makna mengelompokkan motif menjadi dua, yaitu:

1) *In-order-to-motive (Um-zuMotiv)*

Motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.

2) *Because motives (Weil Motiv)*

Tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya. Dalam konteks fenomenologis, mahasiswa Ilmu Komunikasi yang menggunakan *WhatsApp* adalah aktor yang melakukan tindakan sosial (penggunaan *WhatsApp*) sendiri atau bersama dengan aktor lainnya yang memiliki kesamaan dan kebersamaan dalam ikatan makna intersubjektif.

B. Definisi Operasional

Dibawah ini peneliti akan membahas tentang definisi operasional dari penelitian:

1. Motif

Motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan. Motif juga merupakan suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu.

Motif terbagi menjadi dua yaitu pertama, Motif karena (*because*) yaitu motif yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya. Kedua, Motif Untuk (*In order to motive*) yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana,

tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.

2. Penggunaan Grup *WhatsApp*

Grup *WhatsApp Messenger* merupakan sebuah layanan grup diskusi yang mampu menampung hingga 256 peserta. Jumlah yang sangat banyak dan dapat dikumpulkan hanya dalam satu aplikasi. Para anggotanya dapat saling berbagi diskusi dan informasi secara online melalui ruang virtual tersebut.

Grup *WhatsApp* merupakan suatu grup yang bersifat privasi karena dalam penggunaannya kita harus memiliki nomor telepon pengguna lainnya agar bisa terhubung ke satu grup diskusi di *WhatsApp*.

3. FIKOM UIR

Fakultas Ilmu Komunikasi adalah sebuah Fakultas yang berdiri pada tahun 2009 di Universitas Islam Riau, yang memiliki satu Program Studi yaitu Ilmu Komunikasi, pada dasarnya mahasiswa komunikasi telah mengetahui dan mendapatkan materi tentang bagaimana cara berkomunikasi baik *face to face communication* maupun melalui media, bagaimana perkembangan teknologi komunikasi dan pengaruhnya terhadap kehidupan manusia serta bagaimana pemanfaatan teknologi komunikasi, sehingga mahasiswa lebih bijak dalam penggunaan Grup *WhatsApp*, serta memiliki makna kenapa lebih menggunakan Grup *WhatsApp* dibandingkan Grup *chat* lainnya. Maka dari itu mahasiswa FIKOM UIR dijadikan subjek penelitian ini.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penulis	Judul	Pembahasan
1	Putri Rezki Ananda Universitas Riau Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017	Motif Anggota Mengikuti Komunitas <i>facebook</i> pekanbaru jual beli online (PJBO) di kota pekanbaru	Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz Hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua motif yaitu, motif karena (<i>because motives</i>) yaitu ingin berdagang online, coba-coba, jualan lebih luas, keuntungan berlipat, sedangkan (<i>in order to motives</i>) yaitu supaya usaha berkembang luas serta meningkat dan untuk usaha sampingan saja.
2	Meutia Puspita Sari Universitas Riau Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017	Fenomena penggunaan media sosial instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama islam oleh mahasiswa Fisip Univeristas Riau	Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui untuk mengetahui motif secara fenomenologi yaitu (<i>because motives</i>) dan (<i>in order to motives</i>), pengalaman komunikasi dan perubahan perilaku. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz Hasil dari penelitian ini adalah 1. terdapat 2 motif , pertama masa lalu (<i>because motives</i>) yaitu berupa motif ingin tahu, motif akan nilai, dan motif harga diri, sementara (<i>in order to motives</i>) yaitu kebutuhan untuk mencari informasi 2. Pengalaman komunikasi, yang dirasakan oleh pengguna instagran sebagai komunikasi pembelajaran oleh mahasiswa FISIP UR dibagi menjadi dua kategoai yaitu: pengalaman komunikasi yang

			menyenangkan dimana pengguna instagram mendapat teman baru dari aktivitas komunikasi pembelajaran, saling bertukar informasi dakwah. Sementara pengalaman komunikasi tidak menyenangkan yaitu dengan komentar-komentar dari postingan yang diposting maupun komentar negative dari perubahan yang dilakukan terkhususnya dari perubahan penampilan.
3	Putri Elza Universitas Riau Jom FISIP Volume 2 No 2- Oktober 2015	Konstruksi makna media sosial ask.fm bagi pengguna di kota pekanbaru	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Konstruksi makna media sosial ask.fm bagi pengguna di kota pekanbaru. Penelitian ini menggunakan fenomenologi Alfred Schutz Hasil penelitiannya adalah Pemaknaan penggunaan fitur-fitur atau aplikasi Ask.fm sebagai media komunikasi virtual di dunia maya dikategorisasikan bahwa jejaring sosial Ask.fm sebagai media bertukar informasi, Ask.fm sebagai ungkapan perasaan, Ask.fm sebagai media hiburan, serta Ask.fm sebagai media bercengkrama.

Perbandingan antara penelitian terdahulu dan peneliti terdapat persamaan dan perbedaan yaitu sebagai berikut:

1. Putri Rezki Ananda.2017. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Politik, Universitas Riau. Jom FISIP Volume 4 No. 2 Februari 2015

Persamaan penelitian putri dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti mengenai motif dalam menggunakan media sosial, menggunakan teori yang sama yaitu Alfred Schutz teori Fenomenologi dan menggunakan metode yang

sama dengan peneliti yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sementara perbedaan penelitian putri dengan peneliti yaitu subjek penelitian, putri melakukan penelitian pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Riau sementara peneliti melakukan penelitian di Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. putri meneliti motif dalam menggunakan media sosial *facebook*, peneliti meneliti motif pada media sosial *WhatsApp*.

2. Meutia Puspita Sari.2017. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Sosial dan Politik Universitas Riau. Jom FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 20157

Persamaa penelitian Laila dengan peneliti yaitu sama-sama mencari motif dengan pendekatan fenomenologi pada media sosial, menggunakan teori yang sama yaitu Alfred Schutz teori Fenomenologi dan menggunakan metode yang sama dengan peneliti yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sementara perbedaan penelitian dengan Laila yaitu Laila melakukan penelitian pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Riau sementara peneliti melakukan penelitian di Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Laila meneliti motif dalam penggunaan instagram, peneliti meneliti motif pada media sosial *WhatsApp*.

3. Putri Elza. 2015. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Riau Jom FISIP Volume 2 No 2- Oktober 2015

Persamaa penelitian Putri dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti mengenai konstruksi makna pada media sosial, menggunakan teori yang sama

yaitu Alfred Schutz teori Fenomenologi dan menggunakan metode yang sama dengan peneliti yaitu metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sementara perbedaan penelitian dengan Putri yaitu Putri melakukan penelitian pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Riau sementara peneliti melakukan penelitian di Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Putri meneliti konstruksi makna pada media sosial ask.fm, peneliti meneliti konstruksi makna pada media sosial *WhatsApp*.

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau