

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI)
DAERAH RIAU UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**MANFAAT APLIKASI *WECHAT* SEBAGAI MEDIA
INTERAKSI BAGI MAHASISWA FAKULTAS ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Skripsi
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



ROMI HANDAYA

NPM : 139110115
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : HUMAS

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020

Halaman Persembahan

Alhamdulillahirobbilalamin...

Rasa syukur yang tak terkira penulis rasakan karena akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Seluruh hasil karya penulis buat ini, penulis persembahkan tentunya untuk kedua orang tua penulis, AYAH dan IBU, Kakak-Adik dan Orang-Orang Terkasih yang selama ini tiada lelah mendukung penulis. Semoga apa yang penulis hasilkan saat ini bisa memberikan kebanggaan dan kebahagiaan untuk kita semua.

Amin Amin ya Robbalalamin...

Penulis

MOTTO

Keberhasilan adalah akibat. Anda harus menjadi sebab bagi yang Anda cita-citakan. Memang tidak mudah, tapi sangat mungkin.

(Mario Teguh)

Siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.

(Penulis)

Hidup adalah milikmu, kamu sendiri yang menentukan mana baik buruknya, dan kamulah yang memimpin dirimu sendiri, bukan orang lain.

(Penulis)

Ilmu adalah cahaya yang Allah tempatkan didalam hati seseorang. Dalam meraih atau mencapai cahaya itu diperlukan Ittiba(mengikuti Nabi Muhammad SAW) dan menjauhkan diri dari hawa nafsu serta perbuatan bid'ah.

(Imam Adz-Dzahabi)

ABSTRAK

Manfaat Aplikasi *WeChat* Sebagai Media Interaksi Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Romi Handaya

139110115

Penelitian ini berjudul “Manfaat Aplikasi *WeChat* Sebagai Media Interaksi Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau” dengan bertujuan untuk mengetahui penggunaan dan manfaat dari adanya situs jejaring sosial *WeChat*. Komunikasi menggunakan situs jejaring sosial memiliki keutamaan yaitu memfasilitasi komunikasi dan interaksi secara virtual tanpa batas ruang dan waktu serta potensi untuk menjadikan komunikasi dan interaksi yang harmonis. Salah satu pengguna media jejaring sosial *WeChat* sebagai media interaksi dan komunikasi adalah mahasiswa. Bahkan jejaring sosial *WeChat* bisa dikatakan sebagai media komunikasi favorit dikalangan mahasiswa. Tidak jarang mahasiswa menganggap aktivitas berjejaring sosial merupakan gaya hidupnya. Adapaun penelitian ini menggunakan *Uses and Gratifications Models* (Kegunaan dan kepuasan) dalam teori ini khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif yang bermaksud memberikan gambaran dan identifikasi tentang penggunaan dan manfaat situs jejaring sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan situs jejaring sosial *WeChat* oleh para mahasiswa yaitu sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan terbaru melalui akun-akun yang ada pada media *WeChat*. Selain penggunaan dalam mencari informasi, sebagian informan juga memanfaatkan *WeChat* sebagai media hiburan, promosi diri dan juga melakukan transaksi bisnis.

Kata Kunci: Jejaring Sosial, Media Interaksi, Komunikasi, *WeChat*

ABSTRACT

WeChat Application Benefits As a Medium Of Interaction For Students of The Communication Faculty Of The Islamic University Of Riau

Romi Handaya

139110115

This research entitled “The Use of The WeChat Application as Interaction Media for Student from Faculty of Communication Sciences, Islam Communication Riau”. The aim of this research is to understanding the use and the benefit of social media site called WeChat. The principal of communication using social media site is to facilitate communication and interaction virtually without limit of time and space, and also can create harmonize communication and interaction. One of user of social media site as interaction and communication media is the Collage Student. Moreover, the social media site WeChat can be called as favorite communication media among collage student. Oftently, collage student think that activity of social media belongs to their life style. This research is using Uses and Gratifications Model which in this theory, respondents was prespected as active user of media in order to fulfill their life style need. The method which is used in this research is qualitative description. The aim of using this method is to give descriptions and identifications about the use and benefit of social media site. The result of this research shows that the use of social media site WeChat by the collage student has the purpose to gain information and newest knowledge through existing account in WeChat. Instead of gaining information, several informant uses WeChat as entertainment media, self promotion and also as media for business transaction.

Keywords: *Social Media, Interaction Media, Communication, WeChat.*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Romi Handaya
NPM : 139110115
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Manfaat Aplikasi *WeChat* sebagai Media Interaksi
Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian yang saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali pengarahan tim komisi pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai proposal dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 4 September 2019
Yang menyatakan,



KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Selain itu penulis juga dapat mencoba menerapkan dan membandingkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lingkungan kerja. Penulis merasa bahwa dalam menyusun skripsi ini masih menemui beberapa kesulitan dan hambatan, disamping itu juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan- kekurangan lainnya, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Menyadari penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Aziz, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Bapak Eko Hero, M. Soc, Sc. selaku selaku pembimbing, saya ucapkan terimakasih karena bapak telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat untuk diri saya maupun membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh staf pengajar Universitas Islam Riau yang telah membimbing dan memberikan materi perkuliahan kepada penulis.

4. Saya ucapkan terimakasih kepada Orang Tua penulis Bapak Ben Handaya dan Bunda Legiwati yang tercinta atas curahan kasih sayang, doa dan dorongan baik moril maupun materil kepada penulis.
5. Terimakasih untuk pacar terkasih, Nurliza Safitri, S.Pd untuk semua waktu tenaga dan pengertiannya selama penulis menyelesaikan penelitian ini.
6. Salam sayang dan kasih kepada kakak dan adik tercinta Wilki Handaya, Widya Handayani dan Meri Aulia Handayani.
7. Sahabat-sahabat baikku Muhammad Abdi, T. Said hafid rifky, Joprio Nainggolan, Nurman Sholeh, Yusriadi serta teman-temanyang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, karena telah mau memberi kritik dan saran.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala amal budi serta kebaikan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan ini dan semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Pekanbaru, Maret 2020

Romi Handaya

DAFTAR ISI

Judul (Cover)	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan	
Halaman Motto	
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel.....	v
Daftar Lampiran	vi
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Fokus Penelitian.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur	11
1. Komunikasi	11
2. Komunikasi Massa.....	11
3. Fungsi Komunikasi Massa.....	13
4. Efek Komunikasi Massa	14
5. Interaksi Sosial.....	16
6. Proses-proses Interaksi Sosial.....	18
7. Media	20
8. Jejaring Sosial <i>WeChat</i>	27
B. Defenisi Operasional.....	30
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	30
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	34
B. Subjek dan Objek Penelitian	34
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
D. Sumber Data.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian..... 40

1. Sejarah Universitas Islam Riau..... 40

2. Sejarah Fakultas Ilmu Komunikasi..... 41

3. Visi dan Misi Universitas Islam Riau 42

4. Visi dan Misi Fakultas Ilmu Komunikasi 43

5. Sejarah Jejaring Sosial *WeChat* 44

6. Fitur-Fitur Pada *WeChat* 45

7. Profil Informan..... 38

B. Hasil Penelitian..... 50

1. Penggunaan Situs Jejaring Sosial *WeChat* 50

2. Manfaat Situs Jejaring Sosial *WeChat* 57

C. Pembahasan Penelitian..... 62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 68

B. Saran..... 69

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Table 2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	30
Table 3.1 Rencana Waktu Penelitian	36



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 SK Pembimbing
- Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 Profil Informan
- Lampiran 5 Dokumentasi Foto Wawancara
- Lampiran 6 Biodata Peneliti



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Teknologi komunikasi dan informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, *market place* baru, dan sebuah jaringan komunikasi dunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat, seperti interaksi bisnis, ekonomi, social dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan/*industry* maupun pemerintah. Hadirnya internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.

Ketika penemuan teknologi informasi seperti yang dijelaskan di atas berkembang dalam skala massal, maka teknologi itu telah mengubah bentuk masyarakat manusia, dari masyarakat dunia *local* menjadi masyarakat dunia global, sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan informasi. Sebelumnya tidak pernah dalam sejarah terdapat sekelompok orang yang mengetahui banyak informasi dari ujung jari mereka. Tapi sekarang semua dapat dilakukan karena adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Onong Uchyana (dalam Syamsul, Asep: 2012) mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain.

Hassan Fuad (1999) mengemukakan teknologi komunikasi cenderung memungkinkan terjadinya transformasi berskala luas dalam kehidupan manusia. Transformasi tersebut telah memunculkan perubahan dalam berbagai pola hubungan antar manusia, yang pada hakikatnya ialah interaksi antara pribadi. Pertemuan tatap muka secara berhadapan dapat dilaksanakan dalam jarak jauh yang sangat jauh melalui tahap citra. Penggunaan telepon selular menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan saat ini yang memerlukan mobilitas tinggi. Fasilitas-fasilitas yg terdapat didalamnya pun tidak hanya terbatas pada fungsi telepon dan SMS (*short messages service*) saja. Telepon selular dapat digunakan sbagai sarana bisnis, penyimpan berbagai macam data, sarana musik/hiburan, bahkan sebagai alat dokumentasi. Hal ini menjadikan telepon selular sebagai salah satu bentuk perkembangan komunikasi yang paling aktual di Indonesia selama leewat dari lima tahun terakhir (Nurudin, 2005).

Perkembangan pada media teknologi seperti ponsel ini berkembang sesuai zaman dan kebutuhan para penggunanya. Sehingga dalam hal ini berpengaruh besar terhadap kegiatan interaksi sosial dari pengguna telepon selular itu sendiri. Simanjuntak (2004) dalam tulisannya mengenai aspek sosial telepon selular menyatakan paling tidak ada lima implikasi dri penggunaan telepon selular.

Pertama, terhadap setiap individu yang menggunakan ponsel tsb. Kedua, terhadap interaksi-interaksi antar individu. Ketiga, terhadap pertemuan tatap muka. Keempat, terhadap suatu kelompok-kelompok atau organisasi. Selanjutnya yang kelima ialah terhadap sistem hubungan organisasi dan kelembagaan-kelembagaan masyarakat.

Marshall McLuhan di buku *Understanding Media: The Extensions of Man*, mengemukakan ide bahwa “pesan media ya medianya itu sendiri” (McLuhan, 1999). McLuhan menganggap media sbg perluasan manusia dan media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media juga mempengaruhi cakupan serta bentuk dari hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media tlah berkembang dari individu kemasyarakat. Penggunaan media komunikasi dalam hal ini ialah ponsel sekarang bukan hanya sebagai alat komunikasi semata, melainkan juga mendorong terbentuknya interaksi yang sama sekali berbeda dengan interaksi tatap muka. Hal ini tentunya terjadi dlam kondisi perkembangan teknologi komunikasi saat ini.

Salah satu bentuk perkembangan teknologi telepon seluler saat ini terwujud dari menjamurnya *smartphone* yang merupakan telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dngn fungsi yg menyerupai komputer. Tidak ada standar pabrik yang menentukan arti telepon cerdas. Bagi beberapa orang, telepon cerdas mrupakan telepon yg bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembangan aplikasi. Bagi yang lainnya, telepon cerdas hanyalah merupakan

sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun dihubung keluar) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, telepon cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

Sistem operasional yg bisa ditemukan dalam smartphone contohnya spt symbianOS, apple OS, blackberry OS, windows mobile, android, linux.

Disini interaksi yang terbentuk kemudian “dipercepat” prosesnya melalui suara dan teks atau tulisan (Brotosiswoyo, 2002). Hal yang berbeda dengan dahulu yang biasa disebut “telepati” (komunikasi antara dua manusia yang tidak bergantung pada tempatnya) dan sudah menjadi perwujudan riil yang biasa, dan dapat dilakukan oleh siapa saja. Ponsel disamping itu juga dapat merubah makna dari “kesendirian”. Kesendirian itu dapat menjadi suatu suasana yang lebih ramai dan hidup. Dengan satu ponsel yang canggih saja, kita dapat mendengarkan musik, bermain *games*, internet, foto-foto, menonton video, dll. Meskipun kita berada dalam satu ruangan sendirian tanpa ada apapun. Dari sekian kelebihan yang telah ditawarkan dari suatu ponsel, tetapi terdapat juga banyak hal negatif bermunculan. Budyatna (2005) mengemukakan bahwa bentuk komunikasi yang paling ideal ialah yang bersifat transaksional, dimana proses komunikasi ditinjau sebagai suatu proses yang sangat dinamis dan timbal balik. Disini Budyatna melihat bahwa dengan munculnya penggunaan ponsel mempengaruhi proses yang transaksional tersebut. Sering

kali komunikasi yang dinamis dan timbal balik dirasakan menurun kualitas dan kuantitasnya pada interaksi tatap muka.

Dari hasil penelitian, didapat fenomena dimana tidak jarang individu lebih memilih memainkan atau menggunakan ponselnya, meskipun berada ditengah-tengah suatu kegiatan atau sosialisasi dengan orang-orang disekitarnya. Nurudin (2005) menyebutkan bahwa 60% dari respondennya lebih senang mengirim dan membaca pesan atau memainkan *games* ponselnya ditengah acara keluarga yang dianggap membosankan. Beberapa penelitian telah dikumpulkan oleh Badwilan (2004) mengenai dampak dari penggunaan ponsel. Contoh penelitian pertama yaitu pada bulan Februari 2002 jumlah pengirim pesam yang dikirimkan mencapai 156 milyar; dan pada bulan Maret jumlahnya bertambah menjadi 167 milyar. Dengan kata lain bahwa pengguna ponsel telah menghabiskan uang sebesar 165,5 milyar untuk mengirimkan pesan saja. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan ponsel yang semula dimaksudkan untuk mempermudah pembicaraan dan menekan biaya pengeluaran, justru terkadang menjadi hal sebaliknya. Kumpulan penelitian Badwilan (2004) yang menunjukkan dampak negatif dari penggunaan ponsel lainnya yaitu menonjol pada aspek psikologis dan sosial. Banyak yg peredaran gambar-gambar maupun video-video dewasa sekarang ini sudah dianggap hal biasa dalam lalu lintas data komunikasi melalui ponsel. Selain itu ada pesan yang memberikan kesan rasisme dan unsur-unsur SARA didalamnya dapat mengancam serta merusak kehidupan interaksi masyarakat atau kelompok tersebut.

Berbagai penelitian mengenai penggunaan ponsel dan interaksi anak muda pernah dilakukan. Salah satunya Ina Astari (2006). Ia membahas pengaruh penggunaan ponsel terhadap interaksi sosial remaja. Melalui penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini, Astari menghasilkan kesimpulan bahwa penggunaan ponsel di kalangan anak muda cenderung tinggi dan proses interaksi anak muda terhadap lingkungan cenderung kurang.

Komunikasi memakai situs jejaring social memiliki karakteristik dalam proses komunikasi maupun *audience* nya. Karakteristik utama yang muncul adalah situs jejaring social memfasilitasi komunikasi dan interaksi secara virtual tanpa batas ruang dan waktu. Situs jejaring social menjalin komunikasi secara lebih efisien dari segi waktu, tenaga dan biaya. Bahkan mampu menciptakan dekonstruksi hubungan manusia yang membuat nuansa lebih egaliter sehingga menghilangkan feodalisme dalam hubungan social tanpa perlu ada stratifikasi sosial. Situs jejaring social juga mengandung unsur penghilang stress dan memenuhi kebutuhan akan interaksi social bagi mereka yang *mobile* dan sulit berinteraksi secara nyata.

Situs jejaring sosial dapat digunakan untuk bertukar pikiran dengan sangat mudah. Selain itu dapat juga dimanfaatkan untuk menyampaikan suatu ide seperti “*Say No To Drug*” atau ide lainnya yang mampu membuat komunitas-komunitas tertentu. Karena sifat jejaring social yang virtual atau maya dalam berkomunikasi, maka situs jejaring sosial menghilangkan konflik diantara para peserta interaksi dan komunikasi di dalamnya dan fenomena yang muncul justru berupa dukungan dan penghargaan akan eksistensi dari peserta interaksi dan komunikasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia semakin lama semakin pesat. Munculnya proses globalisasi yg begitu cepat menuntut adanya kemudahan dalam berkomunikasi, baik dari segi keefektifan ataupun efisiensi biaya. Berdasarkan hal tersebut, munculah sebuah aplikasi baru yang tidak hanya memudahkan pengguna dalam berkomunikasi namun memiliki fitur unik lainnya seperti *WeChat*.

WeChat adalah Suatu Layanan Komunikasi pesan suara dan Pesan Text yang sudah dikembangkan oleh Tencent di China. *Wechat* bisa di gunakan pada beberapa Gadget seperti Android , Blackberry Iphone , Windows Phone. Aplikasi ini juga mendukung Bahasa Indonesia. Pada January 2013 *WeChat* sudah memiliki 300 Juta pengguna di dunia, *WeChat* menghadirkan berbagai fitur baru yang cukup lengkap dimana pengguna bisa menggunakannya dalam berkomunikasi, antara lain obrolan, pesan video, momen, pesan suara, emoticon, grup, penambahan teman, dan facebook connect.

Salah satu pengguna yang sangat sering menjadikan *WeChat* sebagai media interaksi ialah mahasiswa. Mahasiswa ialah kelompok intelektual yang memiliki pengetahuan di bidang akademis maupun non akademis. Bagi mahasiswa jejaring sosial (*WeChat*) dapat dikatakan sebagai media komunikasi terfavorit. Tidak jarang mahasiswa menganggap aktivitas berjejaring sosial merupakan gaya hidupnya. Media jejaring sosial ini layaknya candu yang membuat para mahasiswa ketagihan. Banyak pula mahasiswa yang mengira situs jejaring sosial seperti *WeChat* sebagai

sahabatnya. Tentu saja hal ini dikarenakan mayoritas mahasiswa mempunyai akun jejaring sosial termasuk *WeChat*.

Fakultas ilmu komunikasi ialah fakultas yang memiliki visi mewujudkan fakultas yang mampu memberikan pemahaman pada peserta didik, masyarakat, pemerintah tentang komunikasi juga sebagai pusat penelitian dan publikasi, serta pengabdian masyarakat dilingkup nasional, regional maupun internasional. Dari visi di atas, sangat memacu para mahasiswa untuk mengetahui berbagai macam produk komunikasi yang ada, termasuk media jejaring sosial *WeChat*. Sebagai mahasiswa yang mempelajari ilmu komunikasi, pemahaman yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi bisa berbeda dengan mahasiswa Fakultas lain yang tidak mempelajari secara mendalam mengenai ilmu komunikasi. Hal ini juga sangat berpengaruh terhadap manfaat yang akan diperoleh para mahasiswa dalam menggunakan situs jejaring sosial *WeChat*.

Berdasarkan fenomena di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Manfaat Situs Jejaring Sosial (*WeChat*) sebagai Media Interaksi Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau”**.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, adapun Identifikasi Masalah yang dapat penulis simpulkan yaitu :

1. Bagaimana penggunaan situs jejaring sosial (*WeChat*) sebagai media interaksi bagi mahasiswa FIKOM UIR.

2. Sejauh mana manfaat situs jejaring sosial (*WeChat*) sebagai media interaksi bagi mahasiswa FIKOM UIR.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan Identifikasi Masalah di atas adapun yang menjadi focus dalam penelitian ini ialah manfaat aplikasi *WeChat* sebagai media interaksi bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka penelitian merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana manfaat aplikasi *WeChat* sebagai media interaksi bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan focus penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui manfaat aplikasi *WeChat* sebagai media interaksi bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis:

1. Untuk menambah wawasan peneliti dan para pembaca dalam ilmu pengetahuan dibidang ilmu komunikasi yang diperoleh selama perkuliahan
2. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan komunikasi, terutama bidang media humas.

Kegunaan praktis:

1. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan informasi bagi pembaca tentang bagaimana sebuah situs jejaring sosial dapat berperan sebagai sebuah media interaksi dan komunikasi dikalangan mahasiswa.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pijakan dasar untuk penelitian selanjutnya dalam kajian komunikasi virtual yang masih relatif sedikit dalam praktiknya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

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

Oleh karena itu, jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi, kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dalam simbol yang digunakan dalam berkomunikasi.

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khlayak luas. Dengan demikian mak unsur-unsur penting dalam komunikasi massa menurut Bungin (2006, 71-72) adalah:

a) Komunikator

Merupakan pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi dengan cepat ditangkap oleh public.

b) Media massa

Merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.

c) Informasi (pesan) massa

Merupakan informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi untuk pribadi.

d) Gatekeeper

Merupakan penyeleksi informasi yang akan disiarkan kepada masyarakat.

e) Khalayak (publik)

Merupakan massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa.

f) Umpan balik

Merupakan reaksi atau tanggapan yang diberikan atas informasi yang diberikan.

Unsur-unsur yang disebutkan diatas merupakan unsur penting dan harus dipenuhi dalam melakukan komunikasi massa. Semua unsur tersebutlah yang dapat

menjadikan komunikasi massa berlangsung dengan baik. Media massa menjadikan media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju. Selain itu, media massa juga menjadi media informasi untuk masyarakat. Informasi yang terbuka dan jujur yang disampaikan media massa, akan menjadikan masyarakat kaya dan terbuka akan informasi, dan juga masyarakat dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya.

3. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktifitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton (dalam Bungin, 2006: 78) mengemukakan bahwa fungsi aktifitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional.

a) Fungsi Pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktifitas masyarakat pada umumnya.

b) Fungsi Social Learning

Media massa berfungsi melakukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat

c) Fungsi Penyampai Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa berfungsi menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas.

d) Fungsi Transformasi Budaya

Komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa.

e) Hiburan

Fungsi lain komunikasi massa adalah hiburan, bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan.

Selain fungsi diatas, komunikasi media massa sebagai aktifitas sosial masyarakat dapat melahirkan fungsi-fungsi sosial lain. Manusia mempunyai kemampuan beradaptasi yang baik, sehingga setiap fungsi sosial dianggap membahayakan, maka ia akan mengubah fungsi sosial yang ada.

4. Efek Komunikasi Massa

Media massa secara teoritis memiliki fungsi sebagai saluran informasi, saluran pendidikan dan saluran hiburan, namun kenyataannya media massa memberi efektif lain diluar fungsinya itu. Efek media massa dapat mempengaruhi sistem-sistem sosial maupun budaya masyarakat.

Denis McQuail (dalam Bungin, 2006:321) menjelaskan, bahwa efek media massa memiliki *typology* yang mana terdiri dari empat bagian yang besar, yaitu:

- a) Efek media yang merupakan efek yang direncanakan, sebagai sebuah efek yang diharapkan terjadi baik oleh media massa ataupun orang yang menggunakan media massa untuk kepentingan penyebaran berbagai informasi.
- b) Efek media massa yang tidak direncanakan atau tidak dapat diperkirakan, sebagai efek yang benar-benar diluar control media ataupun orang yang menggunakan media untuk kepentingan penyebaran informasi.
- c) Efek media massa terjadi dalam waktu pendek namun secara cepat, instan, dan keras mempengaruhi sikap-sikap adopsi inovasi, control sosial sampai dengan perubahan kelembagaan dan persoalan-persoalan perubahan budaya.

Dalam proses komunikasi, pesan dalam media massa dapat menerpa seseorang baik secara langsung ataupun tidak langsung. Oleh karena itu, efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pertama, efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Kedua, dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan dan perilaku. Ketiga, yaitu obsevasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat) yang mengalami terpaan efek komunikasi massa (Elvinaro, 2009: 50).

5. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Soekanto, 2002: 62). Tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Manusia dalam kehidupannya tidak dapat hidup sendiri tanpa orang lain. Manusia adalah makhluk sosial yang sepanjang hidupnya bersosialisasi dengan orang lain dalam proses interaksi. Interaksi sosial menghasilkan banyak bentuk sosialisasi. Bisa berupa interaksi antar individu, interaksi individu dengan kelompok, dan interaksi antara kelompok. Sedangkan syarat terjadinya interaksi sosial adalah terjadi kontak sosial dan terjadi komunikasi.

a. Kontak Sosial

Menurut Soekanto (2002: 65), kontak sosial berasal dari bahasa latin *con* atau *cum* (bersama-sama) dan *tango* (menyentuh), jadi artinya secara harfiah adalah bersama-sama menyentuh. Secara fisik, kontak sosial baru terjadi apabila adanya hubungan fisik, namun orang dapat berhubungan dengan orang lain tanpa menyentuhnya. Misalnya kontak sosial sudah terjadi ketika seseorang berbicara dengan orang lain, bahkan kontak sosial juga dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi, seperti melalui telepon, telegraf, radio, surat, televise, internet dan sebagainya.

Kontak sosial dapat berlangsung dalam lima bentuk (Bungin, 2006: 56), yaitu:

- a. Dalam bentuk proses sosialisasi yang berlangsung antara pribadi orang per orang. Proses sosialisasi ini memungkinkan seseorang mempelajari norma-norma yang terjadi di masyarakatnya.
- b. Antara orang per orang dengan satu kelompok masyarakat atau sebaliknya.
- c. Antara kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya dalam sebuah komunitas.
- d. Antara per orang dengan masyarakat global di dunia internasional.
- e. Antara orang per orang, kelompok, masyarakat dan dunia global, dimana kontak sosial terjadi secara simultan di antara mereka.

Secara konseptual kontak sosial dapat dibedakan antara kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder. Kontak sosial primer yaitu, kontak sosial yang terjadi secara langsung antara seseorang dengan orang lain atau kelompok masyarakat lainnya secara tatap muka. Sedangkan kontak sosial sekunder terjadi melalui perantara yang sifatnya manusiawi maupun dengan teknologi. Ketika masyarakat saat ini telah berkembang dengan tingkat kemajuan teknologi informasi, maka kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder semakin sulit untuk dibedakan satu dengan lainnya.

b. Komunikasi

Dalam komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu hadir dalam setiap komunikasi, yaitu sumber informasi (*receiver*), saluran (*media*), dan penerima informasi (*audience*). Sumber informasi adalah orang atau institusi yang memiliki

bahan informasi (pemberitaan) untuk disebarkan kepada masyarakat luas. Saluran adalah media yang digunakan untuk kegiatan pemberitaan oleh sumber berita, berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk khalayak umum. Sedangkan *audience* adalah per orang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi

Selain tiga unsur ini, yang terpenting dalam komunikasi adalah aktifitas memaknai informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audience* terhadap informasi yang diterimanya.

6. Proses-Proses Interaksi Sosial

Menurut Gillin dan Gillin (Soekanto, 2002: 71-104), menjelaskan bahwa ada dua golongan proses sosial sebagai akibat interaksi sosial, yaitu proses sosial asosiatif dan proses sosial disosiatif.

a. Proses Asosiatif

Dimaksud dengan proses asosiatif adalah sebuah proses yang terjadi saling pengertian dan kerja sama timbal balik antara orang per orang atau kelompok satu dengan yang lainnya, dimana proses ini menghasilkan pencapaian tujuan bersama.

1. Kerja sama (*cooperation*), adalah usaha bersama antara individu atau kelompok untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama.

2. *Accommodation*, adalah proses sosial dengan dua makna. Pertama, adalah proses sosial yang menunjukkan pada suatu yang seimbang dalam interaksi sosial antara individu dan antar kelompok di dalam masyarakat, terutama yang ada hubungannya dengan norma-norma dan nilai-nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat tersebut. Kedua, adalah menuju pada suatu proses yang sedang berlangsung, dimana *accommodation* menampakkan suatu proses meredakan suatu pertentangan yang terjadi di masyarakat.

b. Proses Disosiatif

Proses disosiatif merupakan proses perlawanan (oposisi) yang dilakukan oleh individu dan kelompok dalam proses sosial diantara mereka pada suatu masyarakat.

- a. *Persaingan (competition)*, adalah proses sosial dimana individu atau kelompok berjuang dan bersaing untuk mencari keuntungan pada bidang-bidang kehidupan yang menjadi pusat perhatian umum.
- b. *Controvertion*, adalah proses sosial yang berada antara persaingan dan pertentangan atau pertikaian.
- c. *Conflict*, adalah proses sosial dimana individu ataupun kelompok menyadari memiliki perbedaan. Perbedaan tersebut menjadi suatu pertentangan atau pertikaian dimana pertikaian itu sendiri dapat menghasilkan ancaman dan kekerasan fisik.

Proses perlawanan (oposisi) diartikan sebagai cara berjuang melawan seseorang atau kelompok tertentu atau norma dan nilai yang dianggap tidak mendukung perubahan untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan.

7. Media

a. Media Online

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan *multimedia* (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, *website* (situs web), radio-online, TV-online, pers-online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan *user* memanfaatkannya.

Per defenisi, media online (*online media*) disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) dan media elektronik (*electronic media*). (Asep Syamsul, 2012: 30).

Lebih lanjut mengenai karakteristik umum yang dimiliki media jenis ini, yaitu:

- a. Kecepatan (aktualitas) informasi

Kejadian atau peristiwa yang terjadi dilapangan dapat langsung di *upload* ke dalam situs *web* media online ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet, dan dalam waktu bersamaan dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.

b. Adanya pembaruan (*updating*) informasi

Informasi secara terus menerus, karena adanya pembaruan (*updating*) informasi. Penyajian yang bersifat *realtime* ini menyebabkan tidak adanya waktu yang di istimewa (*prime time*) karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.

c. Interaktivitas

Salah satu keunggulan media online ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (*linear*) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas (*top-down*). Sedangkan media online bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai *features* yang ada seperti *chatroom*, *email*, *online polling/survey*, *games*, merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di media

online. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.

d. Personalisasi

Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media online memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).

e. Kapasitas muatan dapat diperbesar

Informasi yang bermuatan biasa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada diserver komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).

f. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*)

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media online dan menggunakan fasilitas yang sama

dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom*, lewat *email* atau *games*.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke *content* (isi/informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real-time*”.

b. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. *Blog*, wiki, dan jejaring sosial terutama *facebook* dan *twitter* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Syamsul, 2012: 104) mendefenisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.”

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu cepat tanpa batas. Seiring dengan

pertumbuhan teknologi internet dan *mobile phone* yang demikian pesat, media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *twitter* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di Negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik “menjadi diri sendiri” dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.

1. Media Sosial sebagai Media Baru

Media baru merupakan istilah yang dipakai untuk membentuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi informasi. Media baru yang memiliki ciri tersebut adalah internet. Internet adalah jaringan kabel dan telepon satelit yang menghubungkan komputer (Vivian, 2008: 263). Media baru merupakan sebuah sebutan untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta hubungan ke dalam jaringan. Ciri media baru internet (McQuail, 2011: 263). Pertama, internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan, pertukaran, dan penyimpanan. Kedua, media

bisa merupakan lembaga komunikasi public dan privat, dan diatur dengan layak. Ketiga, mereka tidak seteratur sebagaimana media massa yang professional dan birokrasi. Terdapat perbedaan signifikan yang menekan fakta bahwa hubungan media baru dengan media massa adalah pada penyebarannya yang luas, secara prinsip tersedia untuk semua jenis komunikasi, dan setidaknya bebas dari control. Bila sebelumnya masyarakat mengenakan media konvensional (media cetak, radio, televise, film), kini telah diperkenalkan dengan media baru (internet).

Situs Jejaring Sosial (SJS) atau *Social Network Service* (SNS) merupakan situs yang menyediakan layanan bagi pengguna untuk membuat profil atau halaman pribadi, dan membangun jejaring sosial online. Halaman profile berisi informasi pribadi (nama, kelamin, agama, dll). Situs jejaring sosial juga menyediakan kostumasi halaman, layanan berbagi foto, video, dan musik. Pengguna dapat membangun jejaring sosial yang dapat ditampilkan dalam bentuk daftar teman. Teman disini dapat berarti teman atau kenalan mereka didunia nyata, atau hanya orang-orang mereka kenal secara online, atau bahkan yang tidak mereka kenal sama sekali.

Pertumbuhan situs jejaring sosial didorong oleh bebrpa factor yaitu :

1. Meningkatnya penetrasi internet dan kecepatan koneksinya
2. Meningkatnya implek teknologi informasi dan komunikasi
3. Meningkatnya *usability/user-friendly* aplikasi

4. Situs jejaring sosial merupakan bagian dari pertumbuhan teknologi *web 2.0*
5. Komunikasi disekitar topik-topik relasi sosial atau pergaulan
6. Meningkatnya keanekaragaman aplikasi yang memperkaya sistem jejaring sosial, seperti instant *messanging*, *social network display*, *chatting*, dan layanan untuk berbagi foto, video, dan musik.

Dari beberapa literature, pengguna sistem jejaring sosial dapat memberikan keuntungan berupa :

1. Sebagai tempat mencari kesenangan dan hiburan
2. Salah satu cara merawat relasi yang sudah ada
3. Salah satu jalan untuk mencari teman lama
4. Salah satu cara untuk membangun relasi baru
5. Sebagai alat untuk membangun kepercayaan diri
6. Sebagai kesempatan untuk menjadi orang lain
7. Sebagai sarana untuk mengangkat masalah-masalah sosial

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televise, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal

dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

8. Jejaring Sosial *WeChat*

WeChat adalah Salah Satu Layanan Komunikasi pesan suara dan Pesan Text yang sudah dikembangkan oleh Tencent di China. *Wechat* dapat di gunakan pada beberapa Gadget seperti Android , Blackberry Iphone , Windows Phone. Aplikasi ini juga mendukung Bahasa Indonesia, Pada January 2013 *WeChat* sudah memiliki 300 Juta pengguna di dunia, *Wechat* juga sedang berpromosi di Indonesia dan bekerja sama dengan MNC Media, Indosat, Panasonic Gobel Awards.

WeChat merupakan aplikasi perpesanan gratis yang dapat menjadi pilihan alternatif dari perpesanan teks seluler biasa. *WeChat* memungkinkan penggunanya untuk mengirim teks, foto, video, dan berkas-berkas lainnya. Aplikasi ini tersedia untuk ponsel dengan sistem operasi iOS, Android, Windows Phone, Nokia S40, Symbian, dan Blackberry. *WeChat* juga bahkan dapat dipasang pada komputer dengan sistem operasi Mac OS X.

Fitur dan Keunggulan *WeChat*:

a. *Chat*

WeChat memiliki tampilan chat yang sederhana. Disamping itu, terdapat dua icon, yaitu icon + yang berfungsi untuk membuka opsi tambahan dan icon suara

untuk Voice Messaging di sebelah kolom text. Background chat pada aplikasi ini pun dapat diganti sesuai keinginan pengguna dan terdapat fitur Broadcast Message yang dapat disematkan pada aplikasi *WeChat* ini.

b. *Video Call*

pengguna dapat berkomunikasi secara tatap muka melalui gadget. Saat ini masih dalam pengembangan versi terbaru.

c. *Voice Chat*

Fitur *voice chat* yang terdapat pada aplikasi *WeChat* tergolong sederhana dan mudah untuk digunakan. Pengguna hanya perlu menekan tombol “*Hold to Talk*” untuk merekam suara, selanjutnya untuk mengirim pesan tersebut pengguna hanya perlu melepaskannya.

d. *Moments*

Moments adalah fitur dari *WeChat* yang berupa timeline yang dapat di isi dengan kata-kata atau foto. Selain itu, timeline yang telah dipublikasikan dapat juga diberikan komentar baik oleh pengguna yang mengunggah timeline tersebut ataupun pengguna lainnya. Pada dasarnya, fitur ini mirip dengan fitur yang terdapat pada Facebook.

e. *Emoticon*

Emoticon dari *WeChat* cukup lengkap dan unik dibandingkan aplikasi chat lainnya. *WeChat* memiliki berbagai jenis *emoticon*, antara lain emoji art, custom

emoticon, emoji, dan emoticon default. Icon unik hingga animasi gambar yang dapat bergerak juga ada di *WeChat*.

f. *Group Chat*

Pengguna dapat membuat sebuah group chat dari beberapa contact yang ada dan dapat menambahkan anggota group tersebut apabila diperlukan. Fitur ini dapat memudahkan penyebaran informasi yang ada kepada anggota group tersebut.

g. *Add Friends*

Add Friends ada beberapa Point tambahan yaitu;

1. *Shake*: Fitur ini memudahkan pengguna dalam mencari teman di sekelilingnya. Cara menggunakan fitur ini yaitu dengan menggerakkan gadget atau handphone, selanjutnya akan muncul daftar pengguna yang juga sedang menggunakan fitur ini, sama seperti teman yang Online di Facebook
2. *Look Around*: Fitur ini hampir sama fungsinya dengan *shake*, namun berbeda dalam penggunaan teknologinya. *Look Around* menggunakan GPS untuk mencari pengguna lain di sekitarnya.
3. *Drift Bottle*: *Drift Bottle* merupakan salah satu fitur dalam mencari pengguna lainnya. Fitur ini dijalankan dengan cara membuang sebuah botol berisi pesan (*throw*) untuk mendapatkan teman secara acak. Selanjutnya pengguna juga dapat mencari pengguna lainnya dengan cara mengambil botol yang ada (*pick*).

B. Defenisi Operasional

Defenisi Operasional adalah penulisan peneliti terhadap istilah kunci yang terdahulu dalam judul penelitian agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam mengartikannya, istilah tersebut terdiri dari:

1. Media Sosial: sebuah media online, yang dimanfaatkan sebagai sara pergaulan sosial secara online di internet.
2. Aplikasi *WeChat*: Salah satu layanan komunikasi peasn suara dan pesat *Text* yang sudah dikembangkan oleh *Tencent* di China.
3. Media Interaksi: Suatu tindakan yang melibatkan komunikasi sebagai alat untuk mempengaruhi seseorang baik mengubah pola pikir maupun prilaku seseorang.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Tyas Eka Damayanti (2017) Universitas Airlangga	Pemanfaatan <i>Twitter</i> Sebagai Media <i>Information Sharing</i> Di Perpustakaan (Studi Kasus tentang pemanfaatan medi sosial <i>Twitter</i> sebagai media <i>Information Sharing</i> di perpustakaan wilayah kota Surabaya)	Pemanfaatan <i>Twitter</i> yang dilakukan oleh perpustakaan di wilayah kota Surabayadapat dikatakan telah memenuhi unsur-unsur yang telah dijelaskan dalam pemanfaatan media sosial, namun ada hal yang dilakukan kurang maksimal dan hal tersebut didasari oleh sifat dari <i>Twitter</i> yang dianggap sebagai sebagai suatu informal dan tidak terlalu penting dibandingkan pekerjaan pokok perpustakaan yang lain. Padahal,

			<p>potensi yang tersimpan dalam <i>Twitter</i> sangat besar dalam menjangkau informan <i>sharing</i> diantara pengguna. Selain itu fitur-fitur yang ada pada <i>Twitter</i> juga terbukti mampu memberikan banyak manfaat khususnya dalam perluasan jangkauan informasi yang diberikan oleh perpustakaan. Dalam tahap perencanaan yang dilakukan oleh perpustakaan dalam pemanfaatan <i>Twitter</i>, pergeseran pengguna dan kelebihan <i>Twitter</i> muncul sebagai hal yang melatar belakangi dicitusnya pemanfaatan <i>Twitter</i> selain itu pemanfaatan <i>Twitter</i>. Selain itu pemanfaatan <i>Twitter</i> oleh perpustakaan termasuk dalam kegiatan <i>e-commerce</i> yang lebih dulu ada sebelum <i>Twitter</i> ditemukan, hal ini membuktikan <i>e-commerce</i> semakin marak dengan adanya perkembangan media sosial. Dalam hal menyebarkan informasi kepada pengguna melalui <i>Twitter</i>, informasi yang menarik dan memiliki sutau nilai kepentingan yang tinggi lebih mampu menarik minat pengguna terhadap akun ataupun terhadap respon yang diberikan baik secara maya ataupun dalam dunia nyata.</p>
2	<p>Edwi Arief Sosiawan (2011) Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta</p>	<p>Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di kalangan Mahasiswa</p>	<p>Edwi Arief Sosiawan melakukan penelitian dengan judul <i>Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa</i>. Dalam penelitian ini Edwi merumuskan masalah yaitu: "Bagaimana penggunaan situs jejaring sosial sebagai media interaksi dan komunikasi dalam memenuhi kebutuhan dukungan sosial di kalangan pengguna mahasiswa yang berada di lokasi Kelurahan Condong Catur dan Catur Tunggal Kabupaten Sleman?". Subjek penelitian adalah para mahasiswa yang berada di lokasi kampus seputar wilayah Condong Catur dan Catur Tunggal Kabupaten Sleman. Alasan pertimbangan yang digunakan adalah bahwa para mahasiswa yang berada dilokasi tersebut terdiri dari mahasiswa perantau</p>

		<p>yang bersifat heterogen. Di mana dalam perantauannya ini mereka sebagai remaja, berada jauh dari orang tua, sanak saudara dan teman sehingga dituntut untuk lebih mandiri dan dapat menyelesaikan masalah. Penelitiannya bertujuan untuk memberikan gambaran tentang dampak secara psikologis penggunaan situs jejaring sosial bagi kehidupan penggunaannya dalam memenuhi kebutuhan sosial.</p> <p>Penelitiannya menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bersifat <i>descriptive analysis</i> dan tidak melakukan uji hipotesis. Pemilihan metode ini dimaksudkan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan sekunder. Data primer akan mencakup hasil wawancara dan observasi langsung. Data sekunder berasal dari dokumen terkait, jurnal, dan internet.</p> <p>Hasil penelitian Edwi menunjukkan bahwa dukungan sosial di peroleh subjek pengguna meliputi aspek rasa penghargaan yang diterima oleh informan pengguna dari <i>link friends</i> mereka. Banyaknya jumlah <i>list friends</i> merupakan bentuk dari perupaan jaringan komunikasi yang dibentuk oleh pemilik akun. Dalam konteks penelitian ini maka terbukti bahwa informan mendapat dukungan sosial dari sisi keterlibatannya dalam kelompok baik dalam konteks interaksi maupun konteks komunikasi. Pada aspek mendapatkan dukungan informasi, semua informan menyatakan bahwa kebutuhan akan informasi diperoleh penuh dari keikutsertaan mereka dalam situs jejaring sosial.</p>
--	--	--

Dari ringkasan penelitian terdahulu diatas terdapat beberapa perasamaan dan perbedaan, yaitu:

1. Tyas Eka Damayanti (2017) Universitas Airlangga

a. Persamaan

Penelitian ini memiliki persamaan, yakni sama-sama meneliti tentang pemanfaatan media sosial

b. Perbedaan

Penelitian yang dilakukan oleh Tyas Eka Damayanti lebih berfokus pada pemanfaatan *Twitter* Sebagai *Media Information Sharing*, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti sendiri lebih berfokus pada manfaat aplikasi *WeChat* sebagai media interaksi.

2. Edwi Arief Sosiawan (2011) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

a. Persamaan

Penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif

b. Perbedaan

Sedangkan perbedaan dari penelitian Edwi Arief Sosiawan dengan peneliti sendiri terletak pada Subjek, Objek, Permasalahan dan lokasi penelitian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini nantinya adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci dengan melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi gejala yang berlaku, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rakhmat, 2004: 25)

Denzin dan Lincoln (dalam Moleong, 2005: 5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada seperti wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2012: 132).

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Berjumlah 8 orang informan yang terdiri dari 3 orang perempuan dan 5 orang laki-laki.

Pengambilan sampel dari subjek penelitian menggunakan metode purposive sampling. Yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011: 68).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005: 32).

Objek dari penelitian ini adalah situs jejaring sosial WeChat terkait dengan penggunaan dan pemanfaatan bagi subjek penelitian ini.

C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi atau tempat dan seluruh rangkaian saat ketika proses pembuatan, atau keadaan berada atau berlangsungnya penelitian dilakukan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

2. Waktu Penelitian

Untuk waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

3.1 Tabel Penelitian

No	Jenis kegiatan	2019-2020																													
		Bulan dan minggu ke																													
		Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari				Feb-Mei				Juni	
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul		x																												
2	Pra Observasi				x	x																									
3	Penyusunan Proposal Dan Bimbingan						x			x	x	x																			
4	Seminar Proposal														x																
5	Revisi																x	x	x												
6	Riset																					x	x								
7	Pengolahan Dan Analisis Data																							x							
8	Konsultasi Bimbingan Skripsi																							x	x	x					
9	Ujian Komprehesif																											x			
10	Revisi																												x		
11	Pengesahan Skripsi																													x	
12	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																														x

D. Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh peneliti untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, Tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu.

E. Teknik Pengumpulan Data

Ada 3 (tiga) cara yang peneliti lakukan dalam pengumpulan data untuk menunjang penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang melakukan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2005: 186).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan alat pendukung wawancara berupa perekam suara dan catatan wawancara dengan tujuan agar hasil jawaban dari informan dapat disimpan dengan jelas dan rinci

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung ke lapangan untuk memperoleh data subjektif yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. (Moleong, 2005: 174)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipan (*participant observation*). Observasi partisipasi ialah peneliti terlibat langsung secara aktif dalam objek yang diteliti (Usman, 2011: 54).

3. Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan untuk data yang diperlukan untuk melengkapi penelitian (Moleong, 2005: 219). Dalam penelitian ini dokumentasi berasal dari dokumentasi pribadi peneliti dan berasal dari hasil wawancara dari informan.

F. Teknik Pemeriksaan dan keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian bertujuan agar hasil dari suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari segala segi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang relevan dalam penelitian yaitu:

1. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lain.

Kaitannya dengan penelitian ini, diperuntukkan adanya keabsahan data dari hasil pengamatan (observasi) dengan hasil wawancara dan ini suatu dokumennya saling berkaitan sehingga dengan langkah tersebut penyusunan data yang kita lakukan dapat diupayakan untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengorganisasian dan mengurutkan data kedalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesa kerja yang digunakan (Moleong, 2005: 103).

Sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, maka dalam menganalisis data yang akan dilakukan menggunakan non statistik sesuai dengan penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif yakni teknik analisis yang dilakukan melalui proses pemikiran logis, baik secara induktif, deduktif, analogis maupun komparatif.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

1. Sejarah Universitas Islam Riau

Pada tahun 1951 didirikan Sekolah Menengah Pertama Islam dan Sekolah Rakyat (SRI), beberapa tahun kemudian diperluas wilayah garapan kerja, dan dibentuklah Badan Hukum Yayasan pada tanggal 30 Maret 1957 dengan dibentuknya Badan Hukum Lembaga Pendidikan Islam (LPI) dengan akta nomor 10 Tahun 1957. Pada Tahun itu juga dibentuk Sekolah Persiapan Perguruan Tinggi Islam, sayangnya hanya berjalan satu tahun.

Menyadari tantangan yang akan dihadapi oleh sebuah daerah apalagi dikaitkan dengan semakin diperlukannya tenaga-tenaga ahli yang mempunyai pendidikan, maka setelah berdirinya Propinsi Riau. Maka beberapa orang promotor atau tokoh masyarakat yaitu: Dt. Wan Abdurrahman, Soeman Hasibuan H. Zaini Kunin, H. A. Abdul Malik, H. Sulaiman, A. Kadir Abbas, SH dan H. A. Hamid Sulaiman mendirikan Universitas Islam Riau (UIR) tepatnya pada tanggal 4 September 1962, yang dimulai dengan kuliah pertama oleh H. A. Kadir Abbas, SH.

Pada awalnya berdiri Universitas Islam Riau (UIR) hanya memiliki satu fakultas, yakni Fakultas Agama Islam dengan dua jurusan yaitu Jurusan Hukum dan

Jurusan Tarbiyah. Dalam perkembangannya hingga tahun 2009. Universitas Islam Riau telah memiliki Sembilan (9) Fakultas yaitu:

1. Fakultas Hukum
2. Fakultas Agama Islam
3. Fakultas Teknik
4. Fakultas Pertanian
5. Fakultas Ekonomi
6. Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan
7. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
8. Fakultas Psikologi
9. Fakultas Ilmu Komunikasi

2. Sejarah Fakultas Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) berdiri berdasarkan Surat Keputusan Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Nomor 113/D2.2/2009, dimaksud untuk mempercepat perwujudan sumber daya manusia Riau yang berkualitas, handal dan mampu berkompetisi serta berkolaborasi pada globalisasi.

Beberapa alasan lain mengapa Fakultas ini diperlukan yaitu: **Pertama**, letak Riau yang sangat strategis, selain mudah dijangkau melalui transportasi darat, laut dan udara. Riau juga memiliki potensi alami yang melimpah. **Kedua**, dinamika

pertumbuhan teknologi komunikasi telah menciptakan kebutuhan yang terus meningkat akan sumber daya manusia yang paham dan menguasai bidang Ilmu Komunikasi. **Ketiga**, jumlah peminat untuk memasuki Fakultas Ilmu Komunikasi itu pun umumnya cukup tinggi dimana hal ini masih belum seimbang dengan jumlah perguruan tinggi terutama di Propinsi Riau.

3. Visi dan Misi Universitas Islam Riau

A. Visi

Visi Universitas Islam Riau “Menjadi Universitas Islam Riau yang unggul dan terkemuka di Asia Tenggara tahun 2020”.

B. Misi

Misi Universitas Islam Riau yakni, Menyelenggarakan pendidikan dan penelitian yang berkualitas untuk mendukung pembangunan nasional. Pengabdian kepada masyarakat yang selaras dengan falsafah Universitas. Menumbuh kembangkan kehidupan akademik yang sehat serta membangun pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan humaniora dengan wawasan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan humaniora dengan wawasan ke-Islaman dan ke Indonesia serta berperan aktif dalam menciptakan kampus madani dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

4. Visi dan Misi Fakultas Ilmu Komunikasi

A. Visi

Visi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau berkaitan dengan visi yang sudah ditetapkan yakni menjadi UIR sebagai pusat pendidikan, pusat penemuan, pusat pengembangan dan pusat pelatihan bidang Media Massa, Kehumasan, Periklanan serta Manajemen Industri Media pada tahun 2020. Visi ini menyokong visi Universitas Islam Riau sebagai *center of excellent*. Sehubungan dengan itu, maka visi Fakultas Ilmu Komunikasi ialah mewujudkan fakultas yang mampu memberikan pemahaman pada peserta didik, masyarakat, pemerintah tentang komunikasi juga sebagai pusat penelitian dan publikasi, serta pengabdian masyarakat di lingkup Nasional, Regional, Internasional.

B. Misi

Misi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau adalah:

- a. Mengadakan kegiatan pendidikan dan pengajaran yang bermutu dan professional sesuai dengan tuntutan lingkungan masyarakat.
- b. Mengembangkan penelitian dan publikasi dalam bidang Komunikasi sesuai dengan payung penelitian fakultas dan Universitas Islam Riau.
- c. Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi bidang Ilmu Komunikasi, terutama dalam hal Media Massa, Periklanan, Kehumasan, Manajemen Industri Media dengan dilandasi Akhlak yang tinggi.

d. Proses Input dan Output Fakultas Ilmu Komunikasi.

Dimana Input Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau terdiri dari Dosen, Mahasiswa, Sarana dan Prasarana, suasana atau iklim akademik, administrasi dan manajemen, serta kurikulum. Sedangkan Output Fakultas Ilmu Komunikasi adalah lulusan yang dapat diandalkan dan mandiri, produk penelitian dan publikasi yang unggul, serta pengabdian pada masyarakat yang ungu dan memuaskan. Saat ini Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau telah memiliki Akreditasi.

5. Sejarah Jejaring Sosial *WeChat*

WeChat adalah Salah Satu Layanan Komunikasi pesan suara dan Pesan Text yang sudah dikembangkan oleh Tencent di China. *Wechat* dapat di gunakan pada beberapa Gadget seperti Android , Blackberry Iphone , Windows Phone. Aplikasi ini juga mendukung Bahasa Indonesia. Pada January 2013 *WeChat* sudah memiliki 300 Juta pengguna di dunia, *WeChat* menghadirkan berbagai fitur baru yang cukup lengkap dimana pengguna dapat menggunakannya dalam berkomunikasi, antara lain obrolan, pesan video, momen, pesan suara, emoticon, grup, penambahan teman, dan *facebook connect*.

Salah satu pengguna yang paling sering menjadikan *WeChat* sebagai media interaksi adalah mahasiswa. Mahasiswa adalah kelompok intelektual yang memiliki pengetahuan di bidang akademis maupun non akademis. Bagi mahasiswa jejaring sosial (*WeChat*) bisa dikatakan sebagai media komunikasi terfavorit. Tidak jarang mahasiswa menganggap aktivitas berjejaring sosial merupakan gaya hidupnya. Media

jejaring sosial ini layaknya candu yang membuat para mahasiswa ketagihan. Banyak pula mahasiswa yang menganggap situs jejaring sosial seperti *WeChat* sebagai sahabatnya. Tentu saja hal ini dikarenakan mayoritas mahasiswa mempunyai akun jejaring sosial termasuk *WeChat*.

WeChat merupakan aplikasi perpesanan gratis yang dapat menjadi pilihan alternatif dari perpesanan teks seluler biasa. *WeChat* memungkinkan penggunanya untuk mengirim teks, foto, video, dan berkas-berkas lainnya. Aplikasi ini tersedia untuk ponsel dengan sistem operasi iOS, Android, *Windows Phone*, Nokia S40, Symbian, dan Blackberry. *WeChat* juga bahkan dapat dipasang pada komputer dengan sistem operasi *Mac OS X*.

6. Fitur-Fitur Pada *WeChat*

A. Chat

WeChat memiliki tampilan chat yang sederhana. Disamping itu, terdapat dua icon, yaitu icon + yang berfungsi untuk membuka opsi tambahan dan icon suara untuk Voice Messaging di sebelah kolom text. Background chat pada aplikasi ini pun dapat diganti sesuai keinginan pengguna dan terdapat fitur Broadcast Message yang dapat disematkan pada aplikasi *WeChat* ini.

B. Video Call

pengguna dapat berkomunikasi secara tatap muka melalui gadget. Saat ini masih dalam pengembangan versi terbaru.

C. *Voice Chat*

Fitur *voice chat* yang terdapat pada aplikasi *WeChat* tergolong sederhana dan mudah untuk digunakan. Pengguna hanya perlu menekan tombol “*Hold to Talk*” untuk merekam suara, selanjutnya untuk mengirim pesan tersebut pengguna hanya perlu melepaskannya.

D. *Moment*

Moments adalah fitur dari *WeChat* yang berupa timeline yang dapat diisi dengan kata-kata atau foto. Selain itu, timeline yang telah dipublikasikan dapat juga diberikan komentar baik oleh pengguna yang mengunggah timeline tersebut ataupun pengguna lainnya. Pada dasarnya, fitur ini mirip dengan fitur yang terdapat pada Facebook.

E. *Emoticon*

Emoticon dari *WeChat* cukup lengkap dan unik dibandingkan aplikasi chat lainnya. *WeChat* memiliki berbagai jenis *emoticon*, antara lain emoji art, custom emoticon, emoji, dan emoticon default. Icon unik hingga animasi gambar yang dapat bergerak juga ada di *WeChat*.

F. *Group Chat*

Pengguna dapat membuat sebuah group chat dari beberapa contact yang ada dan dapat menambahkan anggota group tersebut apabila diperlukan. Fitur ini dapat memudahkan penyebaran informasi yang ada kepada anggota group tersebut.

G. Add Friends

Add Friends ada beberapa Point tambahan yaitu;

1. *Shake*: Fitur ini memudahkan pengguna dalam mencari teman di sekelilingnya. Cara menggunakan fitur ini yaitu dengan menggerakkan gadget atau handphone, selanjutnya akan muncul daftar pengguna yang juga sedang menggunakan fitur ini. sama seperti teman yang Online di Facebook
2. *Look Around*: Fitur ini hampir sama fungsinya dengan *shake*, namun berbeda dalam penggunaan teknologinya. *Look Around* menggunakan GPS untuk mencari pengguna lain di sekitarnya.
3. *Drift Bottle*: Drift Bottle merupakan salah satu fitur dalam mencari pengguna lainnya. Fitur ini dijalankan dengan cara membuang sebuah botol berisi pesan (*throw*) untuk mendapatkan teman secara acak. Selanjutnya pengguna juga dapat mencari pengguna lainnya dengan cara mengambil botol yang ada (*pick*).

7. Profil Informan

Adapun Informan penelitian dalam hal ini adalah:

- 
- a. Nama : Maya
Umur : 22th
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Sei Duku
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas
- b. Nama : Inri
Umur : 23th
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Amanah
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas
- c. Nama : Abdi
Umur : 24th
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Pandau Permai
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas
- d. Nama : Meri
Umur : 24th
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl, Harapan Raya
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas

- e. Nama : Said
Umur : 24th
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Parit Indah
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas
- f. Nama : Jo
Umur : 23th
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Pahlawan Kerja, Gg. Matador
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas
- g. Nama : Ocid
Umur : 25th
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Riau
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas
- h. Nama : Firman
Umur : 25th
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Ketapang
Prodi/Jurusan : Ilmu Komunikasi/ Humas

B. Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil wawancara dengan informan yang telah didapatkan oleh peneliti mengenai Manfaat Penggunaan Jejaring Sosial (*WeChat*) Sebagai Media Interaksi dan Komunikasi Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Pada bagian ini pula peneliti menguraikan hasil wawancara menjadi beberapa bagian, untuk mendapatkan hasil wawancara yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan yang berjumlah 8 orang dan terdiri dari 5 orang laki-laki dan 3 orang perempuan.

1. Penggunaan situs jejaring sosial *WeChat*

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan, didapatkan hasil sebagai berikut:

A. Maya

“aku punya *WeChat* dari 2011, biasanya sehari-hari aku aktif gunain *Wechat*, soalnya temen-temen juga pada make itu sih, jadi ikutin zaman aja, sering cerita-cerita juga di grup, trus asik juga bisa cari temen pake fitur *shake*, jadi bisa nambah temen juga”. (05 Januari 2020)

Maya mulai menggunakan jejaring sosial *WeChat* sejak 2011. Alasan Maya membuat media jejaring sosial *WeChat* adalah mengikuti perkembangan zaman. Sebelumnya Maya sudah mempunyai akun media sosial lain seperti *Facebook* dan *Blog*. Selama ini Maya mengaku sebagai pengguna aktif *WeChat*, Dalam

sehari Maya membuka dan menggunakan akun *WeChatnya* hampir setiap jam. Biasanya Maya memposting gambar, tulisan dan berkomunikasi dengan teman-teman yang ada di akun *WeChatnya* dengan menggunakan media *smartphone* yang dimilikinya.

B. Inri

“Aku punya *WeChat* udah sejak 2012, selain *WeChat* aku juga punya *Facebook*, *ym*, *blog* dan *tumblr*. Tapi aku lebih sering buka *WeChat* dan *facebook*, biasanya aku sering posting lirik-lirik lagu gitu, trus ngebalas postingan temen, kadang juga ngobrol di grup”. (07 Januari 2020)

Tidak jauh berbeda dengan Maya, Inri juga mengaku alasannya memiliki akun *WeChat* juga karena untuk mengikuti perkembangan zaman. Inri mempunyai akun *WeChat* sejak 2012. Untuk media sosial sendiri Inri sudah mempunyai beberapa akun, seperti *Facebook*, *ym*, *blog* dan *tumblr*, dan biasanya Inri lebih sering memposting lirik-lirik lagu di akun *WeChatnya* dikarenakan lirik-lirik lagu tersebut mengandung kata-kata yang bagus, dan juga terkadang sesuai atau cocok untuk menggambarkan isi hatinya.

C. Abdi

“Aku punya akun uda 2 tahun, tepatnya dari tahun 2011. Selain *WeChat* Putra juga punya *Facebook* dan *YM*. Tapi Putra lebih suka main *WeChat*. Di

WeChat Putra biasanya komunikasi sama teman-teman waktu sekolah trus sama teman kampus, kadang bahas-bahas masalah tugas juga dari *WeChat*, rata-rata temen kelas aku sih pake *WeChat* semua”. (12 Januari 2020)

Abdi mengaku lebih suka menggunakan *WeChat* dari pada media akun sosial lain yang dimilikinya. Selain *WeChat*, Abdi juga mempunyai media sosial seperti *Facebook* dan *YM*. Sejak tahun 2011 Abdi sudah aktif menggunakan akun media sosial *WeChat* dengan alasan akun jejaring sosial *WeChat* merupakan akun jejaring sosial yang sudah dimiliki oleh para teman-teman dilingkungannya, dan berkomunikasi dengan sesama anak Fikom, teman-teman SMK, dan juga teman-teman lain yang ia kenal, tapi kadang juga dengan orang yang tidak dikenal. Abdi juga lumayan sering membuat tulisan yang cenderung sebagai bahan lucu-lucuan saja. Seperti postingan Abdi yang diposting pada 12 Juli 2013 yang berbunyi “Sesungguhnya mandi balimau itu adalah mandi berlima orang. Sedangkan mandi bertiga namanya mandi bertigau”.

D. Meri

“Meri punya *WeChat* dari 2013, buatnya pun karena ikut-ikutan kawan. Sekarang aku lebih suka buka *WeChat* kalau dibandingkan *Facebook*. Aku juga sering nyari temen dari fitur *Shake*, biar nambah temen aja. Trus juga sering gosip di grup, hahahaha”. (11 Januari 2020)

Alasan yang tidak jauh berbeda juga dikemukakan oleh Meri, yang mengaku mempunyai akun *WeChat* hanya untuk ikut ikutan orang dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Selain *WeChat*, Meri memiliki akun *Facebook*, namun saat ini Meri mengaku lebih sering membuka akun *WeChat* daripada *Facebook*. Meri mempunyai akun *WeChat* sejak 2013. Meri termasuk sebagai pengguna aktif. Meri juga mengaku tidak begitu sering untuk membuat postingan di akun *WeChatnya* tersebut, selama ini Meri aktif berkomunikasi dengan orang-orang yang sudah ia kenal saja di akun *WeChatnya*.

E. Said

“Said punya *WeChat* sejak tahun 2011, tepatnya bulan Agustus. Said punya *Facebook* dan *Yahoo Messenger* juga, tapi Said lebih suka gunain *WeChat*. di *WeChat* Said biasanya suka buat status yang aneh dan lucu, gak ada tujuan khusus, Cuma suka aja.” (12 Januari 2020)

Manurut Dedi, dia lebih suka membuka *WeChat* daripada akun lain yang dimilikinya seperti *Facebook* dan *YM*. Dedi mulai menggunakan *WeChat* sejak tahun 2011, selama ini Said termasuk pengguna aktif, Said juga sering memposting tulisan di akun *WeChatnya*. Said mengaku selama ini memposting tulisan tanpa ada tujuan khusus. Salah satu postingan yang pernah dibuat Said pada 13 Juli 2013 “janji nya bisa browsing, tapi APAA!? APA!? OSONG KOMONG itu semua!! *ngomong sama henpon#drama”. Penggunaan *WeChat*

sendiri tidak ada waktu khusus, namun biasanya setiap hari dan bisa berkali-kali dalam membuat postingan. Alasan Said lebih suka membuat tulisan di akun *WeChat* nya adalah karena pada akun *WeChat* Said hanya bisa membuat tulisan-tulisan singkat dan sederhana saja.

F. Jo

“Aku punya *WeChat* uda setahun. Selain *WeChat* aku punya *facebook*, *instagram*, *path* trus *ubersocial*. Tapi aku lebih sering gunai *WeChat* dari yang lain. Biasanya aku buat status, trus repost status orang aja. Aku juga aktif komunikasi sama teman-teman yang aku kenal.” (12 Januari 2020)

Jo mempunyai lebih banyak akun jejaring sosial media daripada informan lainnya. Seperti *facebook*, *instagram*, *path* dan *ubersocial*. Namun dari sekian banyak akun media sosial yang dimilikinya, Jo lebih suka dan sering membuka media jejaring sosial *WeChat*. Sejak setahun terakhir Jo menjadi pengguna dan aktif dalam media jejaring sosial *WeChat*, biasanya Jo memposting tulisan dan foto namun tanpa tujuan khusus. Jo juga biasanya *merepost* postingan yang dimuat para pengguna lain yang sesuai dengan pikirannya.

G. Ocid

“aku punya *WeChat* dari tahun 2012. Alasan buatnya karena yang lagi buming *WeChat*. dari media sosial lain yang aku punya aku lebih sering buka *WeChat*.

biasanya aku *repost* status orang. Aku juga sering balas-balasan status sama teman-teman aku”. (14 Januari 2020)

Ocid juga mengaku lebih sering membuka akun *WeChat* daripada akun media sosial lain yang dimilikinya seperti, *facebook* dan *what”s up*. Hal ini dikarenakan menurut Ocid akun *WeChat* yang saat ini sedang *buming* dalam masyarakat dan diberbagai kalangan kehidupan sosial. Biasanya pada akun *WeChat*nya, Ocid lebih sering baca kutipan, *repost* postingan orang lain, namun juga berkomunikasi dengan orang-orang yang dikenalnya dengan cara berbalas postingan. Hal itupun dilakukan Ocid dan temannya tanpa alasan yang jelas, karena pokok pembicaraan mereka hanya hal-hal biasa yang cenderung hanya sebagai bahan lelucon.

H. Firman

“ aku punya *WeChat* uda dari tahun 2012, awal buatnya karena waktu itu yang lagi *buming*. Intensitas buka *WeChat* gak pernah ditentukan, ikutin *mood* aja. aku lebih sering update tulisan, karena kalau foto kayaknya narsis aja kalau di update sering-sering”. (12 Januari 2020)

Firman membuat akun *WeChat* adalah karena menurutnya saat itu sedang *buming* media sosial *WeChat*. itulah yang membuat Firman menjadi pengguna akun *WeChat* sejak tahun 2012. Menurutnya akun *WeChat* lebih simple

dibandingkan dengan akun media sosial yang lain seperti *facebook*. Itulah sebabnya mengapa Inop lebih suka memakai *WeChat*. Penggunaan *WeChat* sendiri, Firman tidak pernah menyediakan waktu khusus, Firman membuka *WeChat* sesuai dengan *mood* sehari-hari. Selama ini Firman lebih sering memuat tulisan, karena menurut Firman kalau postingan foto terlalu narsis untuk di *posting* sering-sering lewat *WeChat*. selain hal tadi, Firman juga mengaku lebih suka *posting* tulisan karena dia juga suka mengungkapkan apa yang ada dipikirannya melalui tulisan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis bersama para informan, hampir semua jawaban mereka tentang penggunaan media sosial *WeChat* sama. Dari ke 8 informan, semuanya menyatakan bahwa alasan utama mereka memiliki akun *WeChat* adalah dikarenakan mengikuti perkembangan zaman dan ikut-ikutan teman dilingkungan mereka. Sedangkan dalam intensitas penggunaan media *WeChat* sendiri, 7 orang mengaku menjadi pengguna aktif media *WeChat* dengan selalu *memposting* tulisan, gambar maupun hanya sekedar *merepost* status dari pengguna akun *WeChat* lainnya. 1 orang sisanya hanya menjadi pengguna pasif yang hanya sekedar membuka akun *WeChat* jika ada yang *chat*. Dalam waktu penggunaannya, semua informan mengaku tidak mempunyai waktu khusus dalam menggunakan akun *WeChat* mereka dan mayoritas pengguna juga mengaku tidak memiliki tujuan tertentu dalam menggunakannya.

2. Manfaat Situs Jejaring Sosial *WeChat*

a. Maya

“tentu ada manfaatnya, terutama bisa nambah temen dari fitur *look around*, terus tau informasi lebih cepet. Untuk interaksi dan komunikasi sangat efektif lah bagi aku”. (05 Januari 2020)

Sejak mempunyai akun *WeChat*, Maya termasuk pengguna aktif, karena Maya sering memuat tulisan maupun gambar pada akun sosial tersebut. Maya menganggap bahwa *WeChat* bisa dikatakan sebagai media interaksi dan komunikasi yang baik karena hampir semua temannya menggunakan akun media sosial *WeChat*, sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa langsung sampai. Maya suka menambah daftar temannya melalui fitur *look around* yaitu mencari pengguna *WeChat* lainnya yang berada dalam radius tertentu di lokasi Maya berada.

b. Inri

“Manfaatnya bisa berkomunikasi dengan teman-teman lama, terus juga bisa mancing amarah orang lain. Kalau untuk komunikasi kayaknya cocok bisa ngomong panjang lebar”. (07 Januari 2020)

Inri juga merasakan manfaat dengan adanya media *WeChat*, selain untuk menyalurkan hobinya memposting kalimat-kalimat dan lirik-lirik lagu, Inri juga sering menggunakan *WeChat* sebagai media untuk mendapatkan informasi dari

postingan temanya. Menurut Puput media sosial *WeChat* juga memiliki manfaat negatif yaitu dapat menjadi media yang memancing amarah orang lain dengan status atau kalimat yang biasa saja tetapi mungkin mengganggu atau menyinggung orang lain, sehingga menyebabkan *miss communication* diantara para pengguna *WeChat*.

c. Abdi

“bisa komunikasi sama temen lama, bisa nambah temen pake fitur-fitur yang ada, aku sih biasanya pake fitur *look around*, soal nya tinggal klik *look around* aja tunggu beberapa detik udah nemu temen baru. Tapi Cuma pengguna *WeChat* yang di sekitaran kost aku aja sih, gak bisa yang jauh-jauh”. (12 Januari 2020)

Manfaat media *WeChat* sebagai media komunikasi yang dirasakan Abdi yaitu bisa menambah teman baru tanpa susah payah mencari nama atau pun *ID* pengguna, hanya dengan menggunakan fitur *Look Around* Abdi sudah mendapat teman baru dengan radius tertentu dari lokasi tempat Abdi tinggal. Sebagai media interaksi, manfaat yang Abdi terima yaitu ia dapat melakukan interaksi kepada teman-teman lama.

d. Meri

“Dari *WeChat* jadi tau informasi baru terus sesuatu yang lagi hangat. Untuk komunikasi cukup bermanfaat buat saing sapa dengan teman-teman”. (11 Januari 2020)

Sebagai pengguna aktif, Meri pun merasakan manfaat memiliki akun jejaring sosial *WeChat*, selama ini Meri mengetahui informasi baru tentang sesuatu yang lagi hangat melalui media ini. Meri juga memanfaatkan media *WeChat* sebagai media interaksi dengan teman-teman yang ia kenal.

e. Said

“Bisa komunikasi sama teman, sama pacar. Trus nambah wawasan, lingkungan, teknologi, gosip. Komunikasi di *WeChat* sangat efektif karena lebih dari 100 karakter jadi lebih leluasa”. (12 Januari 2020)

Berbagai informasi menarik dan baru didapatkan Said pada media sosial *WeChat*, antara lain informasi lingkungan, teknologi dan gosip. Tidak hanya itu selama ini Said juga memanfaatkan media *WeChat* sebagai media interaksi kepada sesama teman pengguna *WeChat* yang dikenalnya, dan kepada pacarnya. Menurut Said berinteraksi di media *WeChat* dirasakan sangat efektif karena *WeChat* dapat memuat lebih dari 100 karakter, sehingga lebih leluasa untuk berinteraksi. Said juga merasakan dampak negatif dalam menggunakan media sosial *WeChat*, yaitu ia sering menghabiskan uang untuk membeli paket *smartphone* nya.

f. Jo

“Punya *WeChat* jadi merasa banyak teman, terus informasi terus bisa liat-liat barang *online shop*”. (12 Januari 2020)

Memiliki akun *WeChat* sejak setahun terakhir, Jo merasakan banyak manfaat didalamnya. Yaitu dengan menggunakan *WeChat* Jo merasa memiliki banyak teman karena dia menemukan orang-orang baru pada media ini. Selain itu Jo juga bisa mengetahui banyak informasi terbaru dari dalam maupun luar negeri. Jo juga menggunakan *WeChat* untuk berinteraksi antara sesama teman-teman yang ia kenal, baik itu hanya untuk saling sapa, maupun untuk mengatur waktu pertemuan dengan teman-temannya. Tetapi dengan banyaknya akun *WeChat* yang mempromosikan barang seperti baju, sepatu, aksesoris dan lain-lain, membuat Jo memanfaatkan *WeChat* sebagai media untuk memenuhi hobinya dalam membeli barang-barang *online*.

g. Ocid

“aku sih sering baca kutipan dari inspirator, terus bisa ngobrol sama teman-teman. Yang paling penting bisa ngisi waktu kalo gak bisa tidur”. (14 Januari 2020)

Manfaat yang dirasakan Ocid dalam menggunakan *WeChat* adalah ia dapat mencari informasi dan berita terbaru serta mendapatkan kutipan-kutipan menarik dari akun

inspirasi yang diikutinya. Salah satu akun inspirator yang Ocid ikuti adalah akun @sehatbugar, dengan mengikuti akun ini Ocid bisa menemukan kalimat bijak yang memotivasi dirinya untuk lebih baik. Sebagai media interaksi, Ocid biasanya memanfaatkan *WeChat* untuk berbalas status dengan teman-teman sesama sekolahnya dan teman-teman perkuliahan setiap harinya. *WeChat* juga dijadikan Ocid sebagai media atau sarana hiburan dan membantu masalah insomnia yang dideritanya.

h. Firman

“Manfaat *simple* nya aja kayak kalau misalnya teman lagi ada yang gak bisa dihubungi, kita bisa nge-balas informasi ke dia lewat *WeChat*. Jadi udah bisa dibilang *WeChat* ni sebagai media komunikasi”. (12 Januari 2020)

Memiliki akun *WeChat* dimanfaatkan Firman untuk menyalurkan hobinya dalam menulis kalimat-kalimat yang ada dipikirkannya. Firman juga menggunakan *WeChat* untuk menghubungi teman-temannya apabila teman-temannya itu tidak membalas sms atau bbm yang dikirimnya. Menambah informasi dan mengetahui berita terbaru juga menjadi manfaat yang dirasakan Firman dalam menggunakan akun *WeChat*. Interaksi yang dilakukan Firman bersama dengan teman-teman semasa sekolah dan juga teman-teman kuliah, biasanya saling sapa, berbagi informasi unik, maupun hanya sekedar mengucapkan selamat ulang tahun atau selamat wisuda. Selama ini Firman tidak merasakan pengaruh yang berarti dalam menggunakan media *WeChat*

ini karena Inop hanya membuka *WeChat* pada saat tertentu saja, dan apabila paket *smartphone* nya aktif. Dengan kata lain, tidak ada ketentuan Inop mengakses *WeChat* setiap hari secara rutin.

C. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang dihimpun penulis dari semua informan, diketahui bahwa seluruh informan memanfaatkan *WeChat* sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan terbaru melalui akun-akun yang ada pada media *WeChat*. selain penggunaan dalam mencari informasi, sebagian informan juga menjadikan *WeChat* sebagai media hiburan promosi diri dan juga melakukan transaksi bisnis.

Manfaat yang juga dirasakan informan khususnya sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah para mahasiswa dapat menjadikan media jejaring sosial *WeChat* sebagai media yang menjadi alat penghubung komunikasi antara sesama mahasiswa.

Rober K. Merton (dalam Bungin, 2006: 78) mengemukakan bahwa fungsi aktifitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional.

a) Fungsi Pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktifitas masyarakat pada umumnya.

b) Fungsi Social Learning

Media massa berfungsi melakukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat

c) Fungsi Penyampai Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa berfungsi menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas.

d) Fungsi Transformasi Budaya

Komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa.

e) Hiburan

Fungsi lain komunikasi massa adalah hiburan, bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan.

Selain fungsi diatas, komunikasi media massa sebagai aktifitas sosial masyarakat dapat melahirkan fungsi-fungsi sosial lain. Manusia mempunyai kemampuan beradaptasi yang baik, sehingga setiap fungsi sosial dianggap membahayakan, maka ia akan mengubah fungsi sosial yang ada.

Efek media massa dapat mempengaruhi sistem-sistem sosial maupun budaya masyarakat. Denis McQuail (dalam Bungin, 2006:321) menjelaskan, bahwa efek

media massa memiliki *typology* yang mana terdiri dari empat bagian yang besar, yaitu:

- a) Efek media yang merupakan efek yang direncanakan, sebagai sebuah efek yang diharapkan terjadi baik oleh media massa ataupun orang yang menggunakan media massa untuk kepentingan penyebaran berbagai informasi.
- b) Efek media massa yang tidak direncanakan atau tidak dapat diperkirakan, sebagai efek yang benar-benar diluar control media ataupun orang yang menggunakan media untuk kepentingan penyebaran informasi.
- c) Efek media massa terjadi dalam waktu pendek namun secara cepat, instan, dan keras mempengaruhi sikap-sikap adopsi inovasi, control sosial sampai dengan perubahan kelembagaan dan persoalan-persoalan perubahan budaya.

Dalam proses komunikasi, pesan dalam media massa dapat menerpa seseorang baik secara langsung ataupun tidak langsung. Oleh karena itu, efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pertama, efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Kedua, dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan dan prilaku. Ketiga, yaitu obsevasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat) yang mengalami terpaan efek komunikasi massa (Elvinaro, 2009:50).

Terlepas dari tujuan penelitian untuk menemukan penggunaan dan manfaat media jejaring sosial *WeChat* bagi mahasiswa, peneliti mendapatkan fakta bahwa sebagian informan juga merasakan dampak negatif dalam menggunakan *WeChat* diantaranya yaitu:

1. informan pernah mengalami *miss communication* dengan pengguna lain,
2. pengguna jadi sering tidur larut malam karena keasyikan dalam mengakses media sosial *WeChat*.

Tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Manusia dalam kehidupannya tidak dapat hidup sendiri tanpa orang lain. Manusia adalah makhluk sosial yang sepanjang hidupnya bersosialisasi dengan orang lain dalam proses interaksi. Interaksi sosial menghasilkan banyak bentuk sosialisasi. Bisa berupa interaksi antar individu, interaksi individu dengan kelompok, dan interaksi antara kelompok. Sedangkan syarat terjadinya interaksi sosial adalah terjadi kontak sosial dan terjadi komunikasi.

a. Kontak Sosial

Menurut Soekanto (2002:65), kontak sosial berasal dari bahasa latin *con* atau *cum* (bersama-sama) dan *tango* (menyentuh), jadi artinya secara harfiah adalah bersama-sama menyentuh. Secara fisik, kontak sosial baru terjadi apabila adanya hubungan fisikal, namun orang dapat berhubungan dengan orang lain tanpa menyentuhnya. Misalnya kontak sosial sudah terjadi ketika seseorang berbicara dengan orang lain, bahkan kontak sosial juga dapat dilakukan dengan

menggunakan teknologi, seperti melalui telepon, telegrap, radio, surat, televise, internet dan sebagainya.

Kontak sosial dapat berlangsung dalam lima bentuk (Bungin, 2006:56), yaitu:

- a. Dalam bentuk proses sosialisasi yang berlangsung antara pribadi orang per orang. Proses sosialisasi ini memungkinkan seseorang mempelajari norma-norma yang terjadi di masyarakatnya.
- b. Antara orang per orang dengan satu kelompok masyarakat atau sebaliknya.
- c. Antara kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya dalam sebuah komunitas.
- d. Antara per orang dengan masyarakat global di dunia internasional.
- e. Antara orang per orang, kelompok, masyarakat dan dunia global, dimana kontak sosial terjadi secara simultan di antara mereka.

Secara konseptual kontak sosial dapat dibedakan antara kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder. Kontak sosial primer yaitu, kontak sosial yang terjadi secara langsung antara seseorang dengan orang lain atau kelompok masyarakat lainnya secara tatap muka. Sedangkan kontak sosial sekunder terjadi melalui perantara yang sifatnya manusiawi maupun dengan teknologi. Ketika masyarakat saat ini telah berkembang dengan tingkat kemajuan teknologi informasi, maka kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder semakin sulit untuk dibedakan satu dengan lainnya.

b. Komunikasi

Dalam komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu hadir dalam setiap komunikasi, yaitu sumber informasi (*receiver*), saluran (*media*), dan penerima informasi (*audience*). Sumber informasi adalah orang atau institusi yang memiliki bahan informasi (pemberitaan) untuk disebarluaskan kepada masyarakat luas. Saluran adalah media yang digunakan untuk kegiatan pemberitaan oleh sumber berita, berupa media interpersonal yang digunakan secara tatap muka maupun media massa yang digunakan untuk khalayak umum. Sedangkan *audience* adalah per orang atau kelompok dan masyarakat yang menjadi sasaran informasi atau yang menerima informasi

Selain tiga unsur ini, yang terpenting dalam komunikasi adalah aktifitas memaknai informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audience* terhadap informasi yang diterimanya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Media jejaring sosial pada dasarnya merupakan media yang menjadi ruang public, dimana setiap orang dapat mengakses tanpa batas ruang dan waktu. Berbagai macam pendapat dikemukakan para informan dalam merasakan manfaat selama menggunakan media sosial *WeChat*. Berikut rangkuman kesimpulan dari hasil wawancara penulis terhadap informan mengenai situs jejaring sosial (*WeChat*) sebagai media interaksi dan komunikasi dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau:

Intensitas dalam penggunaan situs jejaring sosial oleh informan penggunaan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang penggunaannya cukup tinggi, baik penggunaan sebagai media mendapatkan informasi ataupun dalam kegiatan interaksi dan komunikasi. Bahkan lebih jauh lagi nampak adanya kecenderungan yang menjelaskan bahwa informan menggantungkan komunikasi sosialnya pada situs jejaring sosial *WeChat*.

Interaksi dan komunikasi sosial yang dilakukan para informan pengguna adalah menggunakan fasilitas-fasilitas pendukung yang tersedia pada media jejaring sosial *WeChat* yang ada pada perangkat elektronikmaupun *Gadget* yang dimiliki masing-masing mahasiswa. Penggunaan fasilitas *WeChat* yang sering digunakan sebagai tempat curahan pikiran dan emosional pengguna.

Subjek penggunaan mahasiswa dalam hal ini memanfaatkan *WeChat* sebagai tempat untuk mempromosikan hasil karya dan pikiran mereka melalui media sosial. Hal ini dapat dieprkuat dengan adanya pengguna yang menyebarkan karya pribadi yang berupa foto demi menguatkan status dirinya kepada para pengguna lain.

Memperluas jaringan pertemanan juga dimanfaatkan para informan pengguna dalam media jejaring sosial *WeChat*. Para pengguna dapat terikat hubungan dengan siapa saja walaupun sebagian besar belum pernah ditemui sebelumnya. Hal ini membuat para informan pengguna lebih memiliki sifat yang bersahabat, perhatian dan empati kepada para pengguna jejaring sosial *WeChat* yang lain.

B. Saran

Situs jejaring sosial yang digunakan masyarakat selain punya efek positif tentu tidak jarang pula berefek negatif. Sekarang ini modus kejahatan yang dilakukan para pelaku kriminal dengan memanfaatkan situs jejaring sosial seperti *WeChat* juga marak terjadi. Beberapa saran yang bisa disampaikan adalah:

Membatasi *Link* mana saja yang bisa berhubungan secara erat. Kita tidak pernah tau dengan siapa kita berhubungan, maka akan lebih baik menjadikan teman dikehidupan nyata saja sebagai teman di akun media sosial *WeChat*. Dalam artian, Kontak orang yang ada dikehidupan nyata saja. Jika tidak mengenal orang yang *Add* kita, ada baiknya pengguna mengabaikannya saja.

Jangan menggunakan akun *WeChat* secara berlebihan. Bukan rahasia lagi bahwa setiap pemilik akun sosial media merasa perlu meluangkan beberapa waktunya demi untuk berbagi informasi yang mereka nilai penting untuk dipublikasikan. Namun beberapa pengguna menjadi lupa dan tidak berhati-hati dengan informasi yang mereka bagi ke public. Sebagai saran ada baiknya memilah terlebih dahulu informasi yang akan dibagi atau dipublikasikan pada media sosial *WeChat*. Perhatikan juga kepada siapa saja informasi itu dipublikasikan.

Penelitian ini memberi rekomendasi metodologis, bahwa fakta yang ada dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif berkaitan dengan fenomena manfaat situs jejaring sosial (*WeChat*) sebagai media interaksi dan komunikasi bagi mahasiswa. Namun secara efektifitas manfaatnya terhadap para pengguna sendiri yang terdiri dari banyak variable belum diketahui. Berkaitan dengan hal tersebut hendaknya dilakukan penelitian manfaat situs jejaring sosial (*WeChat*) sebagai media interaksi dan komunikasi bagi mahasiswa melalui pendekatan metodologi kuantitatif agar diperoleh penjelasan yang lebih akurat dari dua sisi baik kualitatif dan kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Badwilan, R. A, (2004), *Rahasia dibalik handphone*. Jakarta : Darul Falah
- Brotosiswoyo, B. S (2002) *Dampak sistem jaringan global pada pendidikan tinggi* : Tangerang : Indosakti
- Budyatna, M. (2005) *Pengembangan system informasi: Permasalahan dan prospeknya komunikasi*. Jakarta : CV.Citra Media
- Bungin, Burhan. 2001. *Erotika Media Massa*. Surakarta: MUP.
- _____, 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Elvinaro, Lukiati, Siti. 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Hassan, F. *Teknologi dan dampak kebudayaannya: Tantangan dalam laju teknologi*. Orasi Ilmiah Dies Natalis Institut Teknologi Sepuluh November ke-39. Surabaya, 11 November 1999.
- Ina, A. (2006) *Pengaruh penggunaan ponsel pada remaja terhadap interaksi social*. Skripsi. Bogor. Institut Pertanian Bogor
- McLuhan, M (1999) *Understanding*. Miami : Abraham Feerr inc
- Moleong, J Lexy.2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____, 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, (2005) *Sistem-sistem komunikasi di indonesia*. Jakarta : PT RajaGrafindoPersada
- Rakhmat, jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Soekanto, Soeryono. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.

Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____, 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Syamsul, Asep. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO dan Tips Media Sosial)*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Usman, Husaini. 2011. *Metode Penelitian Sosial Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wiryanto, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasia Indonesia.

Jurnal

Tyas Eka Damayanti. 2017. *Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Information Sharing Di Perpustakaan*. Surabaya: Universitas Airlangga

Edwi Arief Sosiawan. 2011. *Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “veteran”.

Skripsi Terdahulu

Asril Marsha Gemala. 2013. *Manfaat Situs Jejaring Sosial (Twitter) sebagai Media Interaksi Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*. Riau: Universitas Islam Riau.

Internet

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/WeChat.html>. di unduh pada 4 Oktober 2018.