

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat cepat seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern dan semakin canggih. Beragam teknologi informasi komunikasi ditawarkan hadir di tengah-tengah masyarakat. Inovasi teknologi dan konvergensi berbagai media melaju pesat sejalan dengan permintaan dan kebutuhan yang semakin tinggi.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi maka berbagai media sosial pun dibuat untuk memudahkan mengetahui berbagai informasi dan berita lewat jejaring sosial. Jejaring sosial (*social network*) adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Dengan adanya jejaring sosial seseorang lebih mudah untuk berbagi informasi, melakukan jejaring pertemanan, saling berkirim pesan ataupun untuk mengetahui topik-topik menarik yang sedang diperbincangkan di dunia maya.

Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi. Pesatnya kemajuan teknologi tidak bisa dipungkiri semakin memanjakan manusia, contohnya dalam hal berkomunikasi. Interaksi yang terjadi dengan adanya bantuan teknologi menjadi semakin mudah dan sangat membantu. Teknologi yang dimaksud antara lain Facebook, Instagram, Twitter, Foursquare, dan yang saat ini sedang marak bahkan

menjadi fenomena adalah social networking site atau lebih dikenal dengan situs jejaring sosial. Namun harus diketahui bahwa fungsi sebenarnya dari jejaring sosial adalah untuk berbagi dengan sekelompok teman terpercaya dan keluarga, hal-hal yang ingin dibagikan akan jauh lebih pribadi dan lebih intim, orang akan membuka lebih banyak tentang diri mereka ketika dikelilingi oleh orang-orang yang lebih bisa dipercaya dari pada orang lain.

Komunikasi massa terus berkembang lebih cepat dengan kemunculan internet. Sebagai bagian dari komunikasi massa, internet telah mengambil peran yang kian kompleks. Orang tidak perlu bersusah payah mengirim surat dengan memakai jasa pos, tetapi menggunakan surat elektronik (*e-mail*) dengan perantara internet akan cepat sampai di alamat tujuan. Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi sangat berpengaruh pada kondisi sosial dan budaya. Pada ranah sosial, perkembangan teknologi membuat komunikasi antar manusia semakin mudah. Seseorang bisa saja berhubungan dengan orang lain yang berada jauh dengannya, maupun orang yang sudah lama tidak bertemu. Aktivitas berkomunikasi secara langsung bisa dilakukan tanpa harus bertemu satu sama lain. Hal tersebut dapat terjadi sekarang ini dengan adanya *videocall* yang bisa menampilkan wajah satu sama lain ketika berkomunikasi. Seseorang bisa berkomunikasi melalui *chatting* dengan teman atau keluarga yang jauh di luar pulau atau benua. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi menjadikan para pengakses mampu mengetahui perkembangan berita atau informasi yang terjadi di pulau atau negara lain. Sehingga, perkembangan teknologi yang semakin cepat ini manusia seperti hidup dalam *global village*, yakni seseorang dapat bebas

mengakses dan mengetahui lebih banyak informasi, berita terbaru dalam detik itu juga bahkan untuk mengetahui perkembangan atau informasi negara lain yang jauh, akan lebih mudah didapatkan.

Berkembangnya internet memunculkan media sosial lainnya yang kini hadir menjadi sesuatu yang digemari oleh banyak kalangan. Path merupakan salah satu contoh jejaring sosial yang paling digemari saat ini dan menjadi trend baru cara bergaul oleh hampir seluruh lapisan masyarakat begitu juga dengan mahasiswa. Path saat ini sudah menjadi sebuah fenomena baru yang memudahkan seseorang untuk memperoleh dan menyampaikan informasi kepada orang lain dalam mencari informasi yang dibutuhkan, tentunya manusia akan melakukan interaksi antara satu dengan yang lainnya melalui komunikasi virtual melalui jejaring sosial tersebut.

Bermula dari ketertarikan peneliti dengan pemahaman makna simbol yang digunakan pengguna media sosial saat berinteraksi di dunia virtual. Dalam Penelitian ini dimulai dengan mencari informasi tentang media sosial yang sedang diminati oleh masyarakat saat ini, salah satunya media sosial Path. Salah satu media jejaring sosial yang paling massif digunakan saat sekarang ini.

Path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada telepon pintar yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Penggunaan dari Path ditargetkan untuk menjadi tempat tersendiri untuk pengguna berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat. Dave Morin adalah salah satu dari pendiri Path dan CEO dari perusahaan tersebut. Yang menjadi visi utama

perusahaan Path adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu.

Perusahaan ini berawal dengan aplikasi pada iPhone dan juga website lalu merilis versi Android kemudian. Perusahaan ini berkompetisi dengan jejaring sosial lainnya seperti Instagram. Berpusat di San Fransisco, California, perusahaan ini didirikan oleh Shawn Fanning dan mantan Eksekutif dari Facebook, Dave Morrin. Path didirikan dengan tujuan membuat sebuah jurnal yang interaktif bagi penggunanya. Penggunaan Path berbeda dari jejaring sosial lainnya di mana hanya pengguna yang telah disetujui yang dapat mengakses halaman Path seseorang. Status privasi dari aplikasi ini menjadikan Path lebih eksklusif dari berbagai jejaring sosial yang ada. Path dapat digunakan di iPhone, iPad, iPod Touch, dan Android versi apapun. Aplikasi ini tersebar melalui Apple Application Store dan berbagai situs aplikasi lainnya.

Perkembangan teknologi internet dan perubahan budaya menjadikan media sosial menjadi suatu kebutuhan masyarakat, terutama masyarakat modern masa kini. Terbukti dengan hanya dalam beberapa tahun Facebook telah menjadi media sosial paling populer di dunia dan Twitter telah menjadi media sosial fenomenal dengan sistem *mini blogging-nya*. Namun harus diketahui bahwa fungsi sebenarnya dari media sosial adalah untuk berbagi dengan sekelompok teman terpercaya dan keluarga, hal-hal yang ingin dibagikan akan jauh lebih pribadi dan lebih intim, orang akan membuka lebih banyak tentang diri mereka ketika dikelilingi oleh orang-orang yang lebih bisa dipercaya dari pada orang lain. Keterbatasan itulah yang mendasari lahirnya Path.

Path merupakan situs media sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja, tanpa adanya orang yang tidak dikenal. Path mempunyai tagline *The smart journal that helps you share life with the ones you love* yaitu tentang hubungan yang bisa dipercaya sepanjang kehidupan seseorang, dalam satu waktu, dimana hubungan dengan orang-orang diluar itu bukan *relationship* yang termasuk dekat. Path didesain berdasarkan sebuah teori ilmu sosial yang dikembangkan oleh seorang profesor Robin Dunbar di *Oxford University*. Berbeda dengan Facebook dan Twitter yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan jutaan orang.

Path merupakan perpaduan fitur-fitur yang sudah ada pada media sosial lain, seperti Friendster, Foursquare, Instagram, Facebook, Twitter, yang menjadi satu pada aplikasi media sosial Path ini, fitur yang di tawarkan semakin banyak. Layaknya Facebook, Foursquare, Instagram dan Twitter, Path dapat berbagi cerita, musik, foto, video, tempat dan film ke orang-orang terdekat, selain itu ada fitur *sleeping* dan *awake*, Ada satu lagi yang menarik dari Path, yaitu tersedianya delapan *free filter lenses* untuk mempercantik foto atau video yang siap di unggah untuk dibagikan ke teman terdekat. Hal ini seperti media sosial Instagram yang memiliki layanan utama sebagai tempat berbagi foto dengan beragam *filter lenses*. Path juga dapat dihubungkan dengan media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, Foursquare dan Tumblr, setiap aktivitas kita di Path dapat juga dibagikan secara otomatis ke empat media sosial tadi dengan melakukan *setting* terlebih dahulu untuk menggunakan fitur *sharing* ini. Di samping itu ada beberapa menu yang disediakan, seperti *Home (timeline)*, *Friend List*, *Activity* (notifikasi), *Path*

(laman profil pribadi) dan *setting*. Path menyediakan dua *template* foto atau gambar, yaitu *profile picture* dan *cover photo* pada laman *Home (timeline)* dan profil pribadi.

Path telah berhasil menjadi salah satu jejaring sosial yang terkenal dan banyak digunakan oleh pengguna di seluruh dunia. Perkembangan ini tidak terlepas dari beberapa kelebihan Path yang berbeda dari jejaring sosial lainnya. Kelebihan Path yang sangat menonjol dari jejaring sosial lainnya adalah jumlah interaksi yang sangat terbatas. Hal ini menjadikan akun dari Path eksklusif dan menjaga privasi dari pengguna. Selain itu, kelebihan path dalam hal privasi pengguna tidak memungkinkan pengguna yang tidak disetujui untuk mengakses akun yang ada. Tidak adanya kolom iklan dan promosi lainnya menjadikan Path lebih terfokus kepada pengguna sendiri.

Path telah menjadi salah satu dari sosial media yang patut diperhatikan. Path menjadikan berbagi momen lebih mudah dan juga lebih interaktif. Pengembangan dari Path yang ada menjadikan jejaring sosial ini terkenal dan menarik banyak pengguna. Fitur-fitur yang tersedia dalam jejaring sosial ini menggabungkan beberapa fitur yang terdapat dalam jejaring sosial lain ke dalam satu kemudahan. Pengguna Path dapat berbagi dengan pengguna Path lainnya yang telah disetujui dan juga menjadi jurnal pribadi dari pengguna. Path memungkinkan pengguna untuk dapat menampilkan kehidupan mereka di dalam satu aplikasi. Path telah berkembang dari aplikasi untuk berbagi gambar menjadi aplikasi untuk berbagi pengalaman secara langsung dengan fitur-fitur yang ada. Dengan perkembangan pengguna yang telah bertambah setelah didesain ulang

yang dilakukan baru-baru ini, tentunya media sosial Path dapat menjadi jejaring sosial yang solid di masa depan.

Dengan adanya situs jejaring sosial Path, tentu saja ada efek yang ditimbulkan. Seseorang akan lebih bebas memperbarui akunnya mengenai apa saja yang sedang dipikirkannya ataupun apa saja yang sedang atau ingin dikeluarkan lewat jejaring sosial ini. Terkadang, seseorang tidak sadar bahwa dia sedang menggunakan ruang publik, ruang yang semua orang bisa mengakses dan melihat apapun yang sedang dibicarakan. Seakan-akan tidak terdapat batasan yang jelas sesuai tempatnya. Terkadang, orang dengan bangganya menuliskan hal-hal yang bersifat pribadi di akunnya yang seharusnya itu bukan konsumsi publik. Belum lagi, orang-orang yang membagi seluruh aktifitasnya mulai dari bangun tidur sampai tidur kembali semua diperbarui (*update*) dengan akun Pathnya.

Banyak penyebab yang di timbulkan oleh efek media sosial yang mendorong orang tertarik menggunakannya, salah satunya Path yang merupakan aplikasi media sosial yang dapat memenuhi seluruh yang diinginkan penggunanya dan merupakan alat komunikasi efektif dengan tanda-tanda, simbol-simbol terhadap tesk yang memang berbeda dengan media sosial lainnya. Path bisa dikatakan media sosial yang sedang tren saat ini dibandingkan dengan media sosial lain yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang terutama di kalangan mahasiswa. Media massa mempunyai peluang yang besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksinya, Tapi apa makna komunikasi virtual melalui media sosial path di kalangan mahasiswa Universitas langlangbuana, sehingga banyak dari mereka memilih untuk

menggunakan jejaring Path sebagai media sosial mereka, hal tersebut menjadi daya tarik penelitian ini.

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan, maka fokus penelitian ini adalah **“Bagaimana Konstruksi Makna Simbol Komunikasi Virtual Di Media Sosial Path ?”** (Studi Semiotika Pada Mahasiswa Universitas Langlangbuana Bandung)

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana makna *signifier* dan *signified* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?
2. Bagaimana makna *form* dan *content* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?
3. Bagaimana makna *languange* dan *parole* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?
4. Bagaimana makna *synchronic* dan *diacronic* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakannya penelitian ini yaitu ingin menjawab pertanyaan penelitian yang telah di paparkan sebelumnya, yaitu:

Untuk Mengetahui Konstruksi Makna Simbol Komunikasi Virtual Di Media Sosial Path (Studi Semiotika Pada Mahasiswa Universitas Langlangbuana Bandung)

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah di paparkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui makna *signifier* dan *signified* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?
2. Untuk mengetahui makna *form* dan *content* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?
3. Untuk mengetahui *language* dan *parole* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?
4. Untuk mengetahui *synchronic* dan *diacronic* pada simbol komunikasi virtual di media sosial path?

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Roland Barthes (dalam Birowo, 2004: 56-57), ruang lingkup kajian studi analisis semiotika meliputi:

1. Denotasi

Interaksi antara *signifer* (penanda) dengan *signified* (petanda) dalam tanda, dan antara sign dengan referensi dengan realitas eksternal. Denotasi

dijelaskan sebagai makna sebuah tanda yang difisional, literal, jelas (mudah dilihat dan dipahami) atau *commonsense*.

2. Konotasi

Interaksi yang muncul ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca/pengguna dan nilai-nilai budaya mereka. Maknanya menjadi subjektif atau intersubjektif. Istilah konotasi merujuk pada tanda yang memiliki asosiasi sosiokultural dan personal.

3. Mitos

Muncul pada tataran konsep mental suatu tanda. Mitos bisa dikatakan sebuah ideologi dominan pada waktu tertentu. Sebuah kisah (*a story*) yang melaluinya sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek realitas.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Secara Filosofis penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi kehidupan manusia, karena komunikasi virtual pada media sosial tidak hanya sekedar untuk memberi efek hiburan, tetapi dapat juga memberikan makna pada penggunaannya. Menggunakan media sosial Path merupakan aktivitas yang menyenangkan dan dapat mempengaruhi *mood* (perasaan) seseorang. Selain itu, media sosial Path juga bermanfaat dalam interaksi ruang lingkup luas, meningkatkan pengetahuan dan wawasan, menimbulkan reaksi psikologis yang

dapat merubah suasana hati dan juga berfungsi sebagai salah satu media berkomunikasi atau alat menyampaikan pesan.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama yang terkandung dalam sebuah media sosial dengan menggunakan studi semiotika. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan pengembangan model teoritis pada analisis semiotika yang secara khas diaplikasikan pada realitas kehidupan masyarakat.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi perkembangan media sosial Path, khususnya bagi pengguna Path di Indonesia, agar mampu meningkatkan kualitas komunikasi pada media sosial, selain itu juga peneliti berharap akan adanya manfaat dari penelitian ini bagi pengguna agar lebih mengetahui tentang kegunaan Path itu sendiri. Dan yang berikutnya, bagi dunia media diharapkan bisa lebih mengembangkan aplikasi dengan fitur-fitur yang lebih baik agar berguna untuk khalayak banyak.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penulis mencantumkan penelitian terlebih dahulu yang menggunakan tema sama dengan penelitian ini. Penulis memasukan penelitian yang sebelumnya

pernah dibuat oleh peneliti lain. Studi penelitian terdahulu ini dilakukan karena memberikan rumusan asumsi dasar bagi pengembangan penelitian dan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Kajian penelitian terdahulu tersebut diantaranya:

Tabel 1.1 Matrik Penelitian Terdahulu

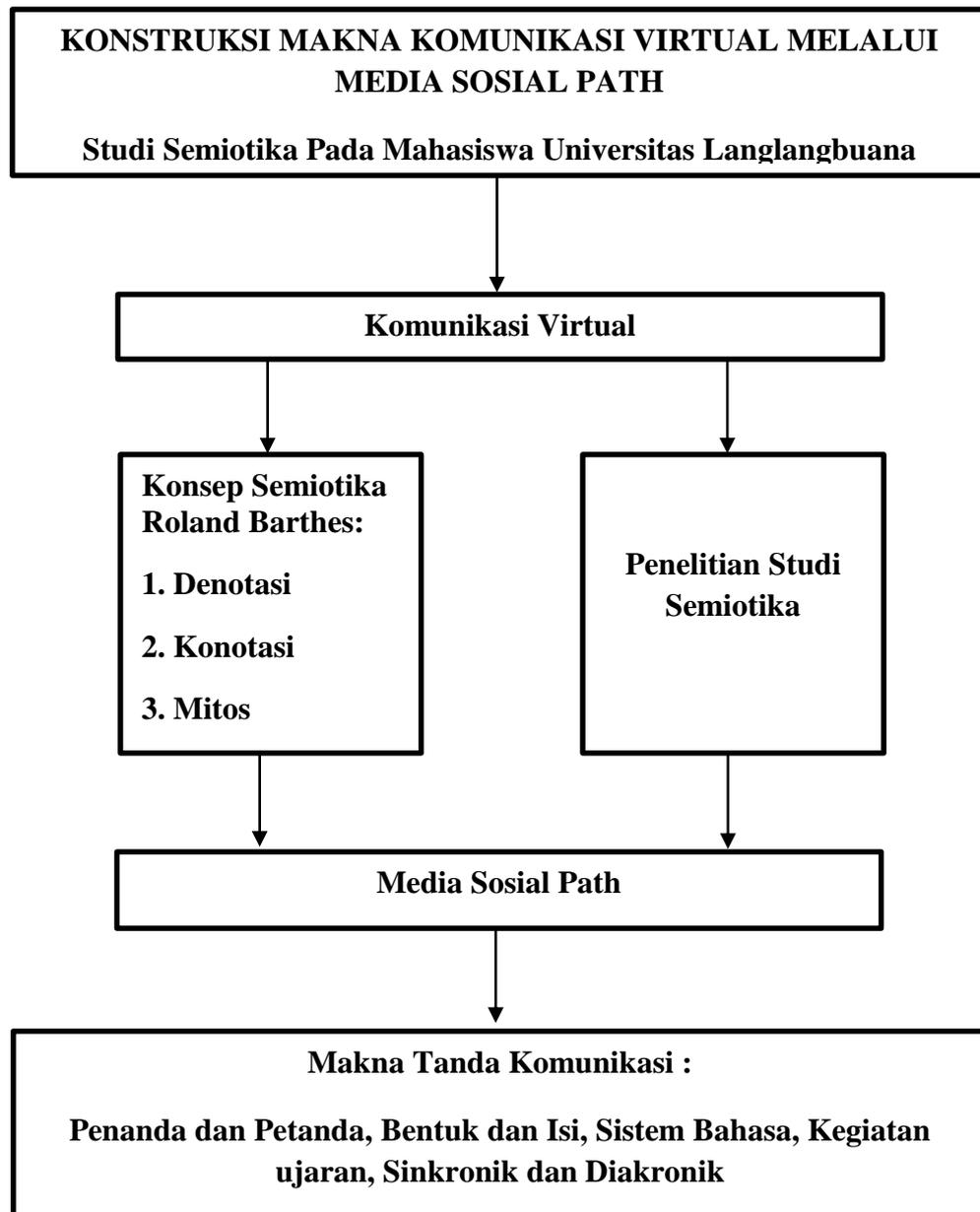
No.	Nama Peneliti	Sumber	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan Penelitian
1	Adi Onggoboyo (2011) Universitas Gajah Mada Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi : Ilmu Komunikasi	Judul Skripsi : Konstruksi Identitas Bahasa Alay Di Dunia Virtual (Studi Semiotika Pada Mahasiswa Pengguna Facebook)	Penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa berbagai faktor yang melatar belakangi terjadinya keumuman penggunaan bahasa alay lebih cenderung eksis pada situs jejaring sosial yang mapan, massif, dan menjejaring.	Dalam penelitian ini dibahas kesamaan pada sistem bahasa (bahasa alay) yang sering digunakan pada media sosial

2	Rina Noviana (2013) Universitas Hassanudin Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi : Ilmu Komunikasi	Judul Skripsi : Fenomena Celebritism Di Twitter (Analisis Semiotika Trending Topic)	Penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif	pemanfaatan <i>Twitter</i> di Indonesia memang ramai digunakan, sebagai bagian dari gaya hidup atau <i>life style</i> masyarakat urban namun kurang informatif dan merepresentasikan eksistensi dan citra diri (<i>virtual identity</i>) di dalamnya.	Dalam penelitian ini dibahas kesamaan dari cara pengguna media sosial menunjukkan eksistensi di media sosial
3	Soffiyah (2015) Universitas Riau Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi : Ilmu Komunikasi	Judul Skripsi : Konstruksi Makna Path Sebagai Media Komunikasi Interpersonal Dalam Dunia Virtual Di Kalangan Mahasiswa (Studi Semiotika Pada Mahasiswa Universitas Riau)	Penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai faktor yang mendorong Mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk menggunakan media sosial Path adalah motif masa lalu yang menjadi alasan seseorang untuk mempertahankan kehidupannya. Misalnya sudah tradisi atau kebiasaan	Dalam penelitian ini ada kesamaan pada pemaknaan seseorang terhadap penggunaan media sosial Path

4	Nindi Ragik (2015) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi: Ilmu Komunikasi	Judul Skripsi: Pemaknaan Identifikasi Simbol Verbal Non Verbal Pada Kaum Lesbi	Penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya simbol-simbol yang digunakan pada kaum lesbi yang tidak dipahami oleh orang awam	Dalam penelitian ini dibahas kesamaan pada penggunaan simbol-simbol yang terdapat pada suatu komunitas
5	Ekky Puspika Sari (2013) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi : Ilmu Komunikasi	Judul Skripsi: Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Bandung	Penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif	Hasil dari penelitian ini diatas menunjukkan bahwa perilaku komunikasi yang ditimbulkan dalam penggunaan media sosial Path ini sangat beragam, hal ini dapat dilihat dari adanya perubahan gaya hidup yang tinggi, <i>brand images</i> , <i>highclass</i> , dan Transparansi kehidupan mereka ditengah-tengah para pengguna media sosial Path Lainnya	Dalam penelitian ini dibahas juga kesamaan objek yaitu memahami orang-orang yang menggunakan media sosial path dan bagaimana bentuk komunikasi virtualnya.

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



1.2.3 Landasan Teori

1.2.3.1 Teori Tanda Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure mempertanyakan pendekatan terhadap studi bahasa yang dilakukan oleh Pencerahan. Para ahli bahasa abad Pencerahan melakukan studi dengan mengurusi kepingan-kepingan detail dan sebagai orang luar (yang tidak terlibat dalam bahasa itu sendiri). Baginya, bahasa adalah kekuatan yang berdiri sendiri. Pendekatan ilmiah yang disebut sebagai “Ilmu Linguistik Struktural”. (Sobur, 2009:44)

Sedikitnya, ada lima pandangan dari Saussure yang di kemudian hari menjadi peletak dari strukturalisme Levi-Strauss, yaitu pandangan tentang:

1. Signifier (Penanda) dan Signified (Petanda)

Yang cukup penting dalam menangkap hal pokok dari teori Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa adalah suatu sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yakni *Signifier* (Penanda) dan *Signified* (Petanda). Menurut Saussure, bahasa itu merupakan suatu sistem tanda. Suara-suara, baik suara manusia, bintang, atau bunyi-bunyian, hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa bilamana suara atau bunyi tersebut mengekspresikan, menyatakan atau menyampaikan ide-ide, pengertian-pengertian tertentu. Untuk itu, suara-suara tersebut harus merupakan bagian dari sebuah sistem konvensi, sistem kesepakatan, dan merupakan bagian dari sebuah sistem tanda. Setiap tanda kebahasaan, menurut Saussure, pada dasarnya menyatukan

sebuah konsep (*concept*) dari suatu citra suara (*sound image*), bukan menyatakan sesuatu dengan nama. Suara yang muncul dari kata yang diucapkan merupakan penanda (*signifier*), sedang konsepnya adalah petanda (*signified*). Dua unsur ini tidak bisa dipisahkan sama sekali. Pemisalan hanya menghancurkan kata tersebut.

2. *Form* (Bentuk) dan *Content* (Isi)

Istilah *form* (bentuk) dan *content* (isi, materi) ini oleh Gleason (Petada, 1994:35) diistilahkan dengan *expression* dan *content*, satu berwujud bunyi dan yang lain berwujud ide. Saussure membandingkan *form* dan *content* atau *substance* itu dengan permainan catur. Dalam permainan catur, papan dan biji catur tidak terlalu penting. Yang penting adalah fungsinya yang dibatasi aturan-aturan permainannya. Jadi, bahasa berisi sistem nilai bukan koleksi unsur yang ditentukan oleh perbedaannya.

3. *Langue* (Bahasa) dan *Parole* (Tuturan atau Ujaran)

Menurut Saussure, *langue* (bahasa) adalah pada dasarnya merupakan bahasa dari objek sosial yang murni, sebagai perangkat konveksi-konveksi sistematis yang berperan penting dalam komunikasi. *Langue* merupakan institusi sosial yang otonom, yang tidak tergantung pada materi tanda-tanda pembentukannya. Sebagai sebuah institusi sosial, *langue* sama sekali bukan tindakan dan tidak bisa dirancang, diciptakan atau diubah secara pribadi karena ia pada hakikatnya merupakan kontrak kolektif yang sungguh-sungguh harus dipatuhi jika ingin berkomunikasi. Berlainan dengan *langue* yang merupakan institusi dan sistem. *Parole* merupakan

suatu tindakan individual yang merupakan seleksi dan aktualisasi, *parole* itu terdiri atas kombinasi dan berkat kombinasi inilah maka subjek pembicara dapat menggunakan kode bahasa itu untuk mengungkapkan pemikiran pribadinya. Pengertian *parole* yang luas dapat disebut wacana.

4. *Synchronic* (Singkronik) dan *diachronic* (diakronik)

Kedua kata ini berasal dari kedua kata ini berasal dari Yunani *khronos* (waktu) dan dua awalan *syn-* dan *dia-* masing-masing berarti “bersama” dan “melalui”. Salah satu dari banyak perbedaan konsep dan tata istilah yang paling penting yang diperkenalkan ke dalam linguistik oleh Saussure adalah perbedaan antara studi bahasa sinkronis dan diakronis. Yang dimaksud dengan studi sinkronis adalah deskripsi tentang keadaan tertentu bahasa tersebut pada suatu masa. Dengan demikian, linguistik sinkronis mempelajari bahasa tanpa mempersoalkan urusan waktu. Yang dimaksud dengan diakronis adalah menelusuri waktu. Jadi, studi diakronis atas bahasa tertentu adalah deskripsi tentang perkembangan sejarah melalui waktu. Atau dengan kata lain, linguistik diakronis ialah subdisiplin linguistik yang menyelidiki perkembangan suatu bahasa dari masa ke masa.

5. *Syntagmatik* (Sintagmatik) atau *Associative* (Paradigmatik)

Satu lagi struktur bahasa yang dibahas dalam konsepsi dasar Saussure tentang sistem perbedaan di antara tanda-tanda adalah mengenai *syntagmatic* dan *associative (paradigmatic)*, atau antara sintagmatik dan paradigmatik. Hubungan-hubungan ini terdapat pada kata-kata sebagai

rangkaian bunyi-bunyi maupun kata-kata sebagai konsep. (Sobur, 2009: 43-54)

1.2.3.2 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

George Herbert Mead memperkenalkan dialetika hubungan antara manusia dengan manusia dan manusia dengan alam. Bagi mead, individu merupakan makhluk yang sensitif dan aktif. Keberadaan sosialnya sangat mempengaruhi bentuk lingkungannya (secara sosial maupun dirinya sendiri) secara efektif, sebagaimana lingkungannya mempengaruhi kondisi sensitivitas dan aktifitasnya. Mead menekankan bahwa individu itu bukanlah merupakan “budak masyarakat”. Dia membentuk masyarakat sebagaimana masyarakat membentuknya (Soeprapto, 2002: 115).

Bagi mead, tertib masyarakat akan terjadi manakala ada komunikasi yang dipraktikkan melalui simbol-simbol. Untuk menjelaskan sifat spesifik komunikasi ini, maka komunikasi simbolis antar manusia harus dibandingkan dengan komunikasi antar hewan. Gambaran mead yang terkenal dalam hal ini adalah mengenai anjing yang berkelahi. Setiap isyarat seekor anjing merupakan stimulasi bagi munculnya respon anjing lainnya. Demikian pula sebaliknya, sehingga akan terjadi saling memberi dan menerima. Anjing-anjing itu menyatu dalam “perbincangan isyarat”, meski isyarat itu sendiri bukan merupakan suatu yang berarti, sebab isyarat itu tak membawa makna. Anjing-anjing itu berinteraksi satu dengan lainnya, masing-masing saling bersiap dan mengantisipasi posisi yang lain secara spontan (Soeprapto, 2002: 116).

Hewan selalu bereaksi secara naluriah terhadap gerakan-gerakan. Hal ini merupakan rangsangan yang diikuti oleh reaksi (*conversation of gestures*). Di pihak lain, manusia menginterpretasikan gerakan-gerakan atau kata-kata. Manusia memandangnya sebagai simbol, yaitu simbol maksud-maksud yang hendak dinyatakan. Dengan kata dan gerakan sesuai dengan maknanya. Manusia bertindak atas dasar interpretasi semacam ini. Jadi, antara stimulasi dan responsifitas, terdapat ruang untuk melakukan interpretasi. (Soeprapto, 2002: 116-117)

Lebih jauh, Mead menjelaskan konsep diri (*self*) dengan menyambut bahwa “diri” dapat bersifat sebagai obyek maupun subyek secara sekaligus. Ia merupakan obyek bagi dirinya sendiri, dan ini merupakan karakter dasar yang membedakan manusia dengan hewan. Sebagai obyek bagi diri sendiri, inilah yang menjadikan manusia mampu mencapai kesadaran diri (*self consciousness*). Hal ini pula yang membuat seseorang dapat mengambil sikap yang impersonal dan obyektif untuk dirinya sendiri, juga untuk situasi dimana dia bertindak. “Diri” akan menjadi obyek terlebih dulu sebelum ia berada dalam posisi sebagai subyek. Dalam hal ini “diri” akan mengalami proses internalisasi atau interpretasi subyektif atas realitas struktur yang lebih luas. Dia merupakan produk dialektis dari “I” -impulsif dari diri., aku sebagai subyek- dan “Me” -sisi sosial dari, manusia, aku sebagai obyek- (Soeprapto, 2002: 117).

Dengan demikian, “diri” muncul dalam proses interaksi karena manusia baru menyadari dirinya sendiri dalam suatu interaksi sosial. Konsep penting tentang interaksi simbolik oleh Hebert Mead, antara lain:

1. Pikiran (*Mind*)

Kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol yang signifikan untuk merespon apa yang kita lihat kemudian untuk difikirkan dalam benak kita. Dengan menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain, kita akan mengembangkan apa yang kita pikirkan dan menghasilkan makna. Salah satu aktivitas penting yang diselesaikan orang melalui pemikiran adalah pengambilan peran atau kemampuan secara simbolik menempatkan diri seseorang diposisi orang lain.

2. Diri (*Self*)

Kemampuan untuk memahami diri sendiri dari perspektif orang lain. Melalui pandangan orang lain terhadap kita, kita akan mengetahui lebih jauh tentang pribadi kita sendiri dan membayangkan bagaimana kita dilihat orang lain, melalui diri, seseorang dapat menjadi orang yang telah mencerminkan mereka dalam banyak interaksi yang telah dilakukan dengan orang lain. Diri terbagi menjadi dua segi, yaitu *I* adalah bagian dari diri anda yang menurutkan pada kata hati, tidak teratur, tidak terarah, dan tidak dapat ditebak. Dan *ME* adalah refleksi umum orang lain yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan tetap yang dibagi dengan orang lain. *Me* disini berperan sebagai objek dan lebih memberi petunjuk dan bersikap hati-hati. Contoh : menghadapi pergaulan bebas dimasyarakat maka perlu kontrol diri dan selektif dalam memilih teman.

3. Masyarakat

Sarana hubungan sosial yang diciptakan oleh manusia. Masyarakat terdiri atas sebuah jaringan interaksi sosial dimana anggota-anggotanya menempatkan makna bagi tindakan mereka dan tindakan orang lain dengan menggunakan simbol-simbol yang kita gunakan. Melalui jaringan sosial yang diciptakan individu ini menciptakan sebuah pertukaran simbol-simbol dan menghasilkan makna.

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan manusia, yang sangat mendasar. Seperti halnya makan dan minum, manusia membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya. Komunikasi diibaratkan seperti detak jantung, keberadaannya amat penting bagi kehidupan manusia. Namun kita sering melupakan betapa besar peranannya, sejak lahir manusia telah melakukan komunikasi dimulai dengan tangis bayi pertama merupakan ungkapan perasaannya untuk membina komunikasi dengan ibunya. Semakin dewasa manusia, maka semakin rumit komunikasi yang dilakukannya, dimana komunikasi yang dilakukan tersebut dapat berjalan lancar apabila terdapat persamaan makna antara dua pihak yang terlibat.

Komunikasi mempunyai peranan penting bagi kehidupan manusia, hampir 90% dari kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam kesadaran atau situasi macam apapun manusia

selalu terjebak dengan komunikasi. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan-tujuan hidupnya, karena berkomunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang amat mendasar. Oleh karena itu sebagai makhluk sosial manusia senang tiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, Bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Dengan rasa ingin tahu inilah yang memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Secara *etimologi* istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2003: 9). Sedangkan secara *terminologi* yaitu penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan simbol-simbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator. (Mulyana, 1999: 49)

Beberapa para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Sebagaimana yang dikatakan oleh Everett M. Rogers & Lawrence Kincaid (1981: 18) menyatakan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam”. (Marhaeni Fajar, 2009: 32) Lalu kemudian definisi dari Berelson dan Stainer (1964: 11) yang menyatakan bahwa :

“Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata,

gambar-gambar, angka-angka dan lainnya”. (Marhaeni Fajar 2009: 32). Dan definisi dari Harold D. Lasswell (1960), sebagaimana di Kutip oleh Sendjaja (1999: 7) yaitu :

Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*”? (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana). (Maehaeni Fajar, 2009: 32)

Berbeda lagi dengan yang diungkapkan Hoveland (1948: 371), Janis dan Kelley (1953) mendefinisikan komunikasi demikian: “*The process by which and individual (the commuicatorr) transmits stimult (ussualy verbal symbols) to modify, the behavior of other individu.*” (komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya). (Marhaeni Fajar, 2009: 31-32)

Definisi-definisi sebagaimana yang dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, walaupun masing-masing definisi memiliki pengertian yang luas dan beragam satu sama lainnya. Dari definisi di atas juga ditekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya yang menjadi sasaran komunikasi.

A. Fungsi Komunikasi

Menurut Effendy (2003: 55) terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu:

1. Menyampaikan *informasi (to inform)*

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan dapat terpenuhi. Fungsi mendidik ini dapat juga ditunjukkan dalam bentuk berita dengan gambar maupun artikel.

3. Menghibur (*to entertainment*)

Komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasif (mengajak).

B. Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya unpan yang diberikan oleh lawan bicara serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2003), tujuan dari komunikasi adalah :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

Seperti telah dikemukakan sebelumnya dalam pembahasan, fungsi komunikasi adalah mempengaruhi seseorang. Tahap selanjutnya setelah seseorang terpengaruh ia akan merubah sikapnya. Inilah salah satu tujuan komunikasi. Mengubah sikap seseorang menjadi seperti yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

2. Mengubah opini atau pendapat atau pandangan (*to change the opinion*)

Salah satu tujuan komunikasi adalah mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak tertentu.

3. Mengubah perilaku (*to change the behaviour*)

Mengubah perilaku seseorang sesuai dengan informasi yang telah diberikan sehingga berperilaku sesuai yang diharapkan oleh si pemberi informasi.

4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Apabila dalam point di atas perilaku dititikberatkan lebih kepada individu, dalam point ini, perubahan dititikberatkan pada suatu kelompok yang

bersifat lebih dari satu, bahkan lebih dari dua. Sehingga perubahan terjadi secara masal.

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

C. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi di dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh Deddy Mulyana (2005: 37) menyatakan dalam versi yang lebih besar ada 6 unsur pesan komunikasi sebagai berikut :

1. *Source* (sumber)

Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.

2. *Communicator* (komunikator) atau penyampaian pesan

Sebagaimana sumber, komunikator juga mengenal "*credibility of communicator*" atau kepercayaan kepada komunikator.

3. *Message* (pesan)

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan (*thema*) yang sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.

4. *Channel* (saluran)

Channel adalah saluran penyampaian pesan dan lebih sering disebut dengan “media”.

5. *Audience* (komunikasi) atau penerima pesan

Komunikasi dapat kita golongkan dalam 3 jenis yaitu personal (orang perorang), kelompok dan massa. Pada saat komunikasi dilancarkan, menghadapi komunikasi perlu di perhatikan 3 hal yakni keanggotaan kelompok, proses seleksi, kecenderungan.

6. *Effect* (Hasil)

Effect adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan.

1.2.4.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Virtual

Komunikasi virtual adalah komunikasi dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan melalui *cyberspace*. Ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual (*virtual communication*) tersebut yang dipahami sebagai reality sering disalahpahami sebagai “alam maya” padahal keberadaan sistem elektronik itu sendiri adalah konkrit dimana komunikasi virtual sebenarnya dilakukan dengan cara representasi informasi digital yang bersifat diskrit. Ciri-ciri komunikasi bermedia internet pada proses penggunaannya dapat diuraikan sebagai berikut :

Aktivitas dan proses komunikasi bermedia internet meliputi :

1. Menciptakan pengertian dengan menulis “surat” melalui email, menuliskan kata -kata pada waktu yang sama dalam komunitas chatting, serta menciptakan websites melalui penciptaan file multi media.
2. Menyebarkan pengertian melalui komunikasi point to point (*email*) dan komunikasi point to multi point atau (*IRC, websites*).
3. Merasakan arti dalam teks dan multi media pada *websites, email* dan *IRC*.
4. Berpartisipasi dalam forum untuk berkomunikasi yang merupakan awal penjelajahan karakteristik komunitas seperti tujuan bersama, norma-norma dan tradisi.

1.2.4.3 Tinjauan Tentang Komunitas Virtual

Pengertian komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Soenarno (2002: 25), Definisi Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional. Menurut Kertajaya Hermawan (2008: 57-59), Komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values. Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (*respons*) terhadap rangsangan (*stimulus*), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah

laku. Intervensi organisme terhadap *stimulus respon* dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

Realitas virtual merupakan satu teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan suatu lingkungan yang disimulasikan oleh komputer (*computer-simulated environment*). Lingkungan maya bisa dikatakan sebagai satu lingkungan nyata atau juga bisa disebut sebagai lingkungan imajenasi saja, hal ini tergantung ketika manusia berinteraksi di dunia maya (Internet).

Ketika seseorang bermain *game online* menandakan seseorang tersebut sedang berinteraksi dengan realitas maya yang disusun oleh skematisasi *pach-pach game* (alur cerita game), lain halnya ketika seseorang berbagi pengalaman tentang satu permainan dengan orang lain melalui layanan *milist*, *chatting* ataupun forum, itu menandakan interaksi secara nyata, tetapi melalui internet dengan realitas mayanya sebagai satu kesatuan jejaring yang menghubungkan satu individu dengan individu lain untuk berinteraksi.

Komunitas virtual muncul didalam ruang media berbasis komputer dimana aktivitas dan interaksi antar para anggota komunitas menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Komunitas virtual berguna untuk mengumpulkan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan mereka dapat berdialog lewat *discussionboard* dan juga lewat *mailinglist* dan dialog mereka dapat disimpan untuk kemudian dapat dipelajari kembali.

Layanan ini diciptakan untuk saling berkomunikasi di antara para pengguna internet dengan menggunakan teknologi yang menggunakan *platform internet*. Walaupun begitu, saat internet populer di kalangan awam, yaitu sejak munculnya *http* sebagai landasan *website*, masyarakat baru sekedar menggunakan internet untuk mencari berita atau komunikasi melalui *e-mail*. Namun segera setelah itu, komunitas virtual yang terdiri dari pengguna awam juga mulai terbentuk. Komunitas virtual bisa berupa *mailing list*, *newsgroup* atau *bulletin board*. Jika dalam *game online point blank* komunitas virtual ini disebut *clan*.

Fenomena pembentukan komunitas virtual tanpa disadari sebagai satu proses pembentukan nilai-nilai baru dalam masyarakat, yang dulunya dikenal sebagai makhluk sosial, kini mendapatkan satu predikat baru sebagai satu kesatuan masyarakat informasi (*society information*).

Dalam KTT Masyarakat Informasi atau *World Summit of The Information Society* (WSIS) yang diadakan di Geneva-Swiss pada bulan Desember 2003, para pemimpin dunia menyatakan bahwa masyarakat informasi atau *information society* adalah: “*Our common desire and commitment to build a people-centred, inclusive and development-oriented Information Society, where everyone can create, access, utilize and share information and knowledge, enabling individuals, communities and peoples to achieve their full potential in promoting their sustainable development and improving their quality of life, premised on the purposes and principles of the Charter of the United Nations and respecting fully and upholding the Universal Declaration of Human Rights*”. (Masyarakat Informasi yang berpusat pada masyarakat, inklusif, dan berorientasi pada

pembangunan, adalah dimana setiap orang dapat membuat, mengakses, memanfaatkan, dan berbagi informasi serta pengetahuan, yang memungkinkan setiap individu, komunitas, dan masyarakat untuk mencapai potensi mereka dalam rangka mengembangkan pembangunan yang terus terpelihara dan mengembangkan kualitas hidup mereka, sebagaimana yang telah di deklarasikan di dalam tujuan dan prinsip-prinsip dari Piagam PBB, dan menghormati secara penuh serta menguatkan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia).

1.2.4.4 Tinjauan Tentang Internet

Istilah internet pada mulanya diciptakan oleh para pengembangnya karena mereka memerlukan kata yang dapat menggambarkan jaringan dari jaringan-jaringan yang saling terkoneksi yang tengah mereka buat waktu itu. Internet merupakan kumpulan orang dan komputer di dunia yang seluruhnya terhubung oleh bermil-mil kabel dan saluran telepon.

“Internet (International Networking) atau Net adalah kumpulan luas dari jaringan komputer yang saling terhubung di seluruh dunia, mulai dari komputer kecil (personal computer atau PC) di rumah-rumah sampai komputer besar diperusahaan-perusahaan”. (Darmawan, 2012: 97)

Definisi yang lain adalah internet bagaikan sebuah kota elektronik yang sangat besar di mana setiap penduduk memiliki alamat (*internet addres*) yang dapat digunakan untuk berkirin surat atau informasi. Jika penduduk itu ingin memiliki kota elektronik tersebut, cukup dengan menggunakan komputer sebagai kendaraan. Hubungannya bertumpu di atas media telekomunikasi, inilah yang

disebut sebagai “*Global Village*” atau “perkampungan sejagat”. (Darmawan, 2012: 97) Fasilitas *internet* yang paling terkenal, yaitu *World Wide Web (WWW)*, adalah bagian *internet* yang relatif baru, sedangkan fungsi seperti mengirim dan menerima *Elektronik Mail (E-Mail)* sudah dimanfaatkan orang selama lebih dari 30 tahun.

A. Sejarah Internet

Di era perang dingin 60-an, pemerintah Amerika ingin mengembangkan satu sarana yang memungkinkan saluran komunikasi tetap terbuka jika terjadi serangan nuklir. Metode yang ada pada saat itu memerlukan titik-titik tertentu untuk pengiriman pesan serta pusat-pusat kendali untuk mengelolanya. Jika salah satu titik di bom, keseluruhan jaringan bisa tidak berfungsi. Maka *Advanced Research Projects Agency (US Defense ARPA)* datang dengan usulan jaringan komputer “kedap bom” tanpa harus ada pusat kendali. Jadi bila satu bagian dari sambungan jaringan terganggu dari serangan musuh, informasi yang melalui sambungan itu secara otomatis dipindahkan ke sambungan lainnya. Setelah itu *internet* digunakan oleh kalangan akademis (UCLA) untuk keperluan penelitian dan pengembangan teknologi. Baru pada awal 90-an, sebagian dari jaringan ARPA tersebut berubah menjadi *internet* yang bisa diakses masyarakat umum sampai sekarang.

B. Manfaat Internet

Fungsi utama *internet* adalah media untuk komunikasi dan pertukaran informasi. *E-mail* memungkinkan kita mengirim surat dan file jenis lain kepada para pengguna *internet*. Ada juga *newsgroup* yang memungkinkan orang

mendiskusikan beragam hal. Program *chat* membuat kita berkomunikasi (ngobrol) dengan orang lain secara langsung, seperti telepon cuma dalam bentuk tertulis. Lalu ada aktifitas sehari-hari yang dapat dilakukan seperti membeli buku atau mencari lowongan kerja. selain itu juga internet dapat menjadi media promosi bagi suatu produk atau jasa.

Satu hal yang paling menarik ialah keanggotaan internet tidak mengenal batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya. Manfaat internet terutama diperoleh melalui kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu. Untuk lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia.

1.2.4.5 Tinjauan Tentang Media Baru

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan merubah keseluruhan *spektrum* dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi publik. Media sosial seperti Facebook, Twitter dan Path merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online* media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara *online*.

Tindak komunikasi melalui media secara intensif dapat dilakukan diantara penggunaanya, di samping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif . Orang-orang bisa

merasa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain. Melalui media sosial, aktivitas-aktivitas pengungkapan diri dapat dilakukan hampir tanpa hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti layaknya dalam jalinanan komunikasi antarpribadi, dari tahapan *orientation* menuju *stabel exchange* bisa berjalan dengan intensif. Meskipun dampak negatif dari pemakaian media sosial juga tidak bisa dihindari.

Dalam catatan McQuail (2010: 141), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu :

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan).
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak.
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media “gateway”, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web atau untuk mengakses Web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan kaburnya “institusi media” .

McQuail (2010: 144) juga menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu :

1. *Interactivity*

Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap tawaran dari sumber atau pengirim.

2. *Social presence (socialbility)*

3. Dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. *Media Richness*: Media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.

4. *Autonomy*

Seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.

5. *Playfulness*

Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.

6. *Privacy*

Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.

7. *Personalization*

Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

1.2.4.6 Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010:59-68) adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. 3 Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Sementara jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page

pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Situs media sosial mempunyai banyak bentuk seperti *blog*, *microblog* (Twitter), jejaring sosial (Facebook dan *LinkedIn*), situs *media-sharing* (Youtube, Flickr, Slideshare), situs *social bookmark* dan voting (digg, reddit), situs review (Yelp), forum dan dunia virtual (*Second Life*). Tentunya setiap bentuk situs media sosial memiliki karakteristik dan kelebihan masing-masing, misalnya Twitter menonjolkan percakapan interaktif dalam pesan *text* yang disebut *tweet*, Facebook menonjolkan jaringan relasi pertemanan, *youtube* menonjolkan *database* dan *sharing* video serta *Second Life* menonjolkan dunia *virtual 3D* dimana setiap orang dapat melakukan aktivitas harian layaknya di kehidupan nyata.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010:59-68) mendefinisikan media sosial sebagai berikut :

“Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter dan

Path 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.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. 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. Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. Menurut Antony Mayfield dari iCrossing (2010: 97-98) menyebutkan bahwa :

“Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. 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*".

Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Jika dalam kehidupan sehari-hari kita tidak bisa menyampaikan pendapat secara terbuka karena satu dan lain hal, maka tidak jika kita menggunakan media sosial. Kita bisa menulis apa saja yang kita mau atau kita bebas mengomentari apapun yang ditulis atau disajikan orang lain. Ini berarti komunikasi terjalin dua arah. Komunikasi ini kemudian menciptakan komunitas dengan cepat karena ada ketertarikan yang sama akan suatu hal.

1.2.4.7 Tinjauan Tentang Media Sosial Path

Path menurut McCarthy (2010: 5-7). adalah situs jejaring sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja. Diluncurkan pada bulan November 2010 lalu. Uniknya, situs jejaring sosial ini hanya memperbolehkan penggunanya memiliki teman atau kerabat sebanyak 150 orang saja. Dave Morin, *Co-founder* sekaligus CEO Path, mengatakan, Path dibuat untuk menjaga keamanan serta privasi penggunanya. Mereka akan terbebas dari campur tangan atau komentar orang lain yang tidak begitu akrab dengannya". Morin juga mengatakan bahwa tidak hanya berbagi foto atau komentar saja yang dapat dilakukan pengguna Path, penggunanya dapat juga saling berkirim-kiriman musik atau video secara aman.

Path diciptakan oleh gabungan entrepreneur yang telah berhasil sebelumnya, seperti Dave Morin (mantan karyawan Facebook), Shawn Fanning (pencipta Napster), dan Dustin Mierau (pengembang Mac Napster). Setelah mereka menciptakan Path untuk iOS dan Android, kini mereka mengambil ancang-ancang untuk memasuki dunia BlackBerry. Saat ini, Path sudah berhasil mengumpulkan dana untuk pengembangan situs sekaligus aplikasinya sebanyak USD 2.5 juta. Dana tersebut didapat dari banyak pihak, seperti Ron Conway, Index Ventures, First Round Capital, Ashton Kutcher, Kevin Rose, Marc Benioff, Chris Kelly, dan banyak lagi lainnya (McCarthy, 2010: 8-9)

Path telah menjadi salah satu aplikasi yang *must have* di smartphone. Diantara sekian banyak pilihan untuk *online sharing*, Path memberikan fitur-fitur unik yang membedakannya dari *social networking service* (SNS) populer lainnya seperti Facebook, Twitter, Instagram ataupun Google+. Path merupakan perpaduan fitur-fitur yang sudah ada pada media sosial lain, seperti Friendster, Foursquare, Instagram, Facebook, Twitter, yang menjadi satu pada aplikasi media sosial Path ini. Hingga saat ini, social media personal ini sudah memiliki lebih dari 2 juta pengguna, dimana CEO Dave Morin memberikan *insight* bahwa Path sangat banyak digunakan di kawasan Asia dan Eropa. Yang menarik adalah walaupun kebanyakan pengguna masih dari dunia barat, pertumbuhan pengguna paling tinggi justru terjadi di Asia, termasuk Indonesia (McCarthy, 2010: 10).

1.2.4.8 Tinjauan Tentang Profil Mahasiswa Universitas Langlangbuana

Mahasiswa atau Mahasiswi adalah panggilan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi di sebuah universitas atau perguruan tinggi. Mahasiswa secara harafiah adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, entah di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai pelajar di sebuah perguruan tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa. Menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif. Kualitas berikutnya yang harus dimiliki mahasiswa adalah kreativitas. Definisi dari kreativitas atau kemampuan berpikir kreatif adalah kemampuan untuk membuat produk atau kombinasi baru berdasarkan data atau informasi yang tersedia, dilakukan melalui kegiatan menemukan berbagai kemungkinan solusi serta didasarkan pada kriteria kelancaran, keaslian, keluwesan, kemampuan mengelaborasi, dan mengevaluasi kemungkinan-kemungkinan kombinasi baru yang dihasilkan.

Pengertian Mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No.30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Selanjutnya menurut Sarwono (1978:171) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun.

Pengertian Mahasiswa menurut Knopfemacher (dalam Suwono, 1978:66) adalah merupakan insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan

perguruan tinggi (yang makin menyatu dengan masyarakat), dididik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual. Dari pendapat di atas bias dijelaskan bahwa mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan menjadi calon-calon intelektual. Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat. Sebagai calon pembaharu, mahasiswa harus memiliki kemampuan kreatif. Secara umum kreativitas dibutuhkan untuk menciptakan hal-hal baru yang menjawab permasalahan dan pemenuhan kebutuhan yang ada dalam masyarakat. Pada awalnya adalah adanya kesenjangan antara yang diinginkan dengan kenyataan yang ada. Dengan kata lain, ada kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh apa yang ada.

Kesenjangan antara kebutuhan dengan alat pemenuh kebutuhan ini menuntut seseorang untuk mengurangi bahkan menghapus kesenjangan itu dengan menciptakan produk-produk baru. Produk-produk baru itu diharapkan kemudian dapat memenuhi kebutuhan. Selain produknya yang baru, cara-cara produksi, teknik dan metode yang digunakan juga dituntut untuk diperbaharui. Hal ini berkaitan erat dengan efisiensi dan tingkat produktivitas kerja. Dengan adanya cara, teknik dan metode baru yang lebih baik diharapkan biaya dapat menjadi lebih murah, penggunaan bahan baku lebih sedikit untuk hasil yang lebih baik, dan penggunaan sumber daya alam lebih. Penemuan-penemuan hal baru

yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah tugas pembaharuan yang nantinya akan disandang oleh mahasiswa. Di sini menjadi jelas bahwa mahasiswa membutuhkan kreativitas agar nantinya mampu menjadi pembaharu dan mampu memberi arah kepada Jalan yang lebih sejahtera.

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999: 5) penelitian kualitatif pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

Menurut Strauss dan Corbin (1997: 11-13) yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan. Bogdan dan Taylor (1992: 21-22) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah

salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2013: 4) merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan peneliti membangun gambaran yang kompleks atau holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah.

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Paradigma adalah cara mendasar untuk mempersepsi, berfikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu yang secara khusus tentang realitas. Menurut Harmon and Moleong (2004: 49) paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi, konsep, atau proposisi yang berhubungan secara logis, yang mengarahkan cara berfikir dan penelitian. Sedangkan Baker dalam (Moleong, 2004: 49) mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat aturan yang membangun atau medefinisikan batas-batas itu agar berhasil.

Paradigma merupakan perspektif riset yang digunakan peneliti yang berisi bagaimana peneliti melihat realita (world views), bagaimana mempelajari fenomena, cara-cara yang digunakan dalam penelitian dan cara-cara yang digunakan dalam menginterpretasikan temuan. Menurut Mulyana (2003: 9), paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dan sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma

juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa paradigma merupakan seperangkat konsep, keyakinan, asumsi, nilai metode, atau aturan yang membentuk kerangka kerja pelaksanaan sebuah penelitian.

Paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah paradigma Perspektif Konstruktivisme, yaitu teori sebagaimana pembelajaran yang bersifat generatif (tindakan menciptakan suatu makna dari apa yang dipelajari). Konstruktivisme merupakan landasan berfikir (filosofi) pembelajaran kontekstual yaitu bahwa pengetahuan dibangun oleh manusia sedikit demi sedikit, yang hasilnya diperluas melalui konteks yang terbatas dan tidak sekonyong-konyong. Pengetahuan bukanlah seperangkat fakta-fakta, konsep, atau kaidah yang siap untuk diambil dan diingat. Manusia harus mengkonstruksi pengetahuan itu dan memberi makna melalui pengalaman nyata.

Pandangan konstruktivis mengetahui adanya interaksi antara ilmuwan dengan fenomena yang dapat memayungi berbagai pendekatan atau paradigma dalam ilmu pengetahuan. Bahkan bukan hanya pada ilmu-ilmu alam, seperti yang di tunjukan dalam fisika kuantum.

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Semiotika

Sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial, semiotika memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda. Dengan demikian, semiotika mempelajari tentang hakikat tentang realitas

dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat mempersentasikan realitas, melainkan juga bisa menemukan relief seperti apa yang diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang di konstruksikannya. (Sobur, 2001: 87-88)

Begitu pula dengan profesi wartawan, pekerjaan utama mereka adalah mengisahkan hasil reportasenya kepada khalayak. Dengan demikian, mereka selalu terlibat dalam usaha-usaha mengkonstruksikan realitas, yakni menyusun fakta yang di kumpulkannya kedalam suatu bentuk laporan jurnalistik berupa berita (*news*), karangan khas (*feature*), atau gabungan keduanya (*news feature*). Tidak berlebihan bila dikatakan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*construced reality*). Laporan-laporan jurnalistik di media pada dasarnya tidak lebih dari hasil penyusunan realitas-realitas dalam bentuk sebuah cerita. Dengan demikian, berita dasarnya adalah realitas yang telah dikonstruksikan (Sobur, 2001: 165)

Secara etimologis, istilah *semiotic* berasal dari kata Yunani, *semieon* yang berarti tanda. Tanda didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi lain. Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran *hipokratik* atau *asklepiadik* dengan perhatiannya pada *simtomatologi* dan *diagnostik inferensial* (Sobur, 2001: 95). Selain istilah semiotika dan semiologi, dalam sejarah *linguistik* digunakan pula istilah lain, seperti *semasiologi*, *sememik*, dan *semik* untuk merujuk pada

bidang studi yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda dan lambang (Sobur, 2003:11).

Dalam metode semiotika, dikenal istilah denotasi, konotasi, dan mitos. Roland barthes menggunakan istilah *first order signification* untuk denotasi dan *order of signification* untuk konotasi. Tatanan yang pertama mencakup penanda dan petanda yang berbentuk tanda, tanda inilah yang disebut dengan makna denotasi. Kemudian dari tanda tersebut muncul pemaknaan lain, sebuah konsep mental lain yang melekat pada tanda (yang kemudian dianggap sebagai penanda). Pemaknaan baru inilah yang kemudian menjadi konotasi. (Birowo, 2004: 56-57)

Denotasi adalah interaksi antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dalam tanda, dan antara *sign* dengan referensi dalam realitas eksternal. Denotasi dijelaskan sebagai makna sebuah tanda yang defisional, literal, jelas (mudah dilihat dan dipahami) atau *commonsense*. Dalam kasustanda linguistik, makna denotasi adalah apa yang dijelaskan dalam kamus. Konotasi adalah interaksi yang muncul ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca/pengguna dan nilai-nilai budaya mereka. Maknanya menjadi subjektif atau intersubjektif, istilah konotasi merujuk pada tanda yang memiliki asosiasi sosiokultural dan personal. Tanda lebih terbuka dalam penafsirannya pada konotasi dari pada denotasi. Mitos adalah sebuah kisah (*a story*) yang melaluinya sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek realitas. Mitos sebagai pelayanan terhadap kepentingan ideologi kaum borjuis. Claude Levistrauss, seorang antropolog strukturalis menyebutkan bahwa satuan paling dasar pada mitos adalah *mytheme*

seperti halnya *signeme*. *Mytheme* ini tidak bisa dilihat secara terpisah dari bagian lainnya pada satu mitos. (Birowo, 2004: 57-60)

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Pemilihan Informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akaditeliti. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Langlangbuana pengguna aktif path yang biasa disebut Pathers (sebutan bagi pengguna Path).

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Proses Pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak dengan mahasiswa Langlangbuana guna meminta izin dan kesediaanya untuk diteliti. Berdasarkan pendekatan-pendekatan struktural ini, peneliti dapat mengetahui siapa saja Mahasiswa yang bisa dijadikan informan dan bersedia menjadi obyek wawancara karena keaktifannya dalam mengakses media sosial Path.
2. Pendekatan personal (*rapport*) dimana peneliti berinteraksi langsung secara personal dengan Mahasiswa pengguna aktif Path.

1.3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan tepatnya pada lingkup Universitas Langlangbuana Bandung. Alasan pemilihan tersebut karena mahasiswa Universitas Langlangbuana sebagai fokus utama dan kebiasaan-kebiasaan unik mereka sebagai pengguna media sosial menari untuk diteliti.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penulisan skripsi ini direncanakan selama 6 bulan yaitu dimulai dari bulan Mei 2015 sampai dengan bulan Oktober 2015, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian 2015					
		Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1	Persiapan						
2	Bimbingan Proposal Skripsi						
3	Seminar Proposal Skripsi						
4	Pelaksanaan Penelitian						
5	Konsultasi						
6	Seminar Draft						
7	Sidang Skripsi						
8	Revisi						

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Creswell (2013: 267-270), mengemukakan empat teknik utama pengumpulan data dalam penelitian kualitatif studi kasus semiotika komunikasi yaitu:

1. Wawancara terstruktur guna mendapatkan data sesuai dengan realitas.
2. Observasi secara sistematis dan partisipatoris dalam kegiatan yang dilakukan informan.
3. Studi Dokumentasi/Kepustakaan.
4. Materi audio dan visual yang berupa foto, objek-objek, seni, atau segala jenis rekaman suara dan gambar.

Peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh Creswell (2013: 259-263), sebagai berikut:

1. Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
2. Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya
3. Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi.
4. Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau objek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
5. Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.

6. Peneliti menggunakan alat rekaman selama melakukan observasi, cara perekaman dilakukan secara tersembunyi.
7. Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam
8. Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas
9. Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

Teknik diatas peneliti lakukan sepanjang observasi, baik pada awal observasi maupun pada observasi lanjutan dengan sejumlah informan. Teknik ini digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data selain wawancara mendalam.

1.3.4.1 Observasi Terlibat (*Participant Observation*)

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak dapat hanya dari wawancara. Seperti yang dinyatakan Denzin (dalam Mulyana, 2006: 163), pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan intropeksi. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke dalam berbagai aktivitas yang mahasiswa Universitas Langlangbuana lakukan dalam menggunakan Path.

1.3.4.2 Wawancara Mendalam (*in-depth interview*)

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan mengumpulkan keterangan atau data mengenai objek penelitian yaitu komunikasi informan dalam kegiatan aktifnya di Path. Wawancara mendalam bersifat terbuka dan tidak terstruktur serta tidak formal. Sifat terbuka dan terstruktur ini maksudnya adalah pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tidak bersifat kaku, namun bisa mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi dilapangan (fleksibel) dan ini hanya digunakan sebagai *guidance*.

Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada mahasiswa Universitas Langlangbuana.
2. Setiap berbaur ditempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian.
3. Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha, mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar perilaku komunikasi mahasiswa pengguna media sosial Path.
4. Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait kegiatan mahasiswa saat berinteraksi dalam dunia virtual melalui media sosial Path.
5. Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis dari kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982 yang dikutip Moleong (2005: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola “mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”. Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

1. Mentranskripsikan data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan dan rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim Dosen Pembimbing

2. Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klarifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

3. Verifikasi

Pada tahap ini, data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan gambaran umum tentang perilaku komunikasi mahasiswa pengguna media sosial Path.

4. Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini, data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

1.3.6 Validitas Data

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode. Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah-langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan, selain itu juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

Sedangkan triangulasi metode dilakukan untuk mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis.