

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital yang canggih dan perkembangannya yang sangat pesat ini tentunya membawa banyak dampak yang dapat dirasakan. Kita pasti pernah merasa sangat tertolong dengan adanya teknologi komunikasi dan informasi serta keberadaan internet yang sangat membantu kita sebagai masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, terutama media sosial. Media sosial yang sering digunakan didalam masyarakat saat ini adalah WhatsApp yang mungkin tidak asing lagi didengar oleh masyarakat luas saat ini.

Kemajuan teknologi komunikasi dalam media baru yang sangat pesat dan memunculkan masyarakat informasi menuntut kita untuk melakukan pendefinisian ulang atas teori tentang media yang ada selama ini. Ward (1995) mengatakan bahwa teori yang ada selama ini lebih melihat media pada keberadaan dan pengaruh media sementara proses "informatisasi" sendiri masih belum banyak disentuh. Padahal dengan beragam jenis media baru yang bisa dijadikan sumber informasi dari yang sangat massif hingga yang sangat personal melibatkan proses "informatisasi" yang relatif berbeda dengan penerimaan *audiens* yang berbeda pula.

Munculnya istilah *new media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet di dunia ini. Sekalipun dalam perkembangannya *new media* tidak hanya terbatas kepada Internet namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era *new media*. Seperti dikatakan oleh Flew (2005 : 4) "*The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media*". Internet memang sangat fenomenal karena pada era *telephone* kabel dahulu tidak terbayangkan di masa depan kabel-kabel *telephone* tersebut dapat memunculkan gambar, tidak hanya suara. Dan nyatanya Internet pun terus berkembang, awalnya Internet dimanfaatkan untuk E-mail dan situs,

kemudian dimanfaatkan untuk blog, situs jejaring sosial, situs berbagi video, televisi Internet, konferensi video, *game online* dan lain lain.

Menurut Flew (2005 : 3) "*The idea of new media captures both the development of unique forms of digital media, and the remaking of more traditional media forms to adopt and adapt to the new media technologies*". Dalam hal ini beberapa pakar sepakat bahwa istilah *new media* digunakan untuk membedakan dari media lama atau media tradisional yang lebih dahulu ada. Misalnya, koran pada puluhan tahun silam berbentuk lembaran kertas dimana orang harus membeli atau berlangganan untuk mendapatkannya maka sejak adanya Internet, koran sudah banyak yang disajikan secara *online* lewat Internet. Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun dan untuk kepentingan apapun.

Situs dapat dimanfaatkan untuk mencari pengetahuan sebagai bahan pelajaran ataupun tulisan namun situs juga seringkali menampilkan gambar-gambar porno yang dapat merusak akhlak manusia terutama anak kecil karena sekarang sudah banyak anak kecil yang mahir bermain Internet. Akan tetapi semua itu dikembalikan kepada pengguna Internet yang sebagian besar masih memanfaatkan internet untuk hal-hal positif (*Jurnal Administrasi Bisnis* 2012 Vol.8, No 1: hal. 73-87). *New media* atau media baru memberi alternatif informasi kepada masyarakat dalam mencari dan memanfaatkan informasi dan memenuhi kebutuhannya dengan menciptakan teknologi media ditengah masyarakat dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat dengan menggunakan teknologi media (Morissan, 2013).

Media menurut Michael Fouvault seorang filsuf Prancis menyatakan bahwa media membuat pengetahuan menjadi mungkin dalam momen sejarah tertentu. Sedangkan Marshall McLuhan (1964) adalah sebuah pesan tersendiri. Media pada hakekatnya adalah alat, sehingga media komunikasi adalah alat untuk berkomunikasi baik individu, kelompok maupun massa, yang saat ini bisa digolongkan kedalam dua kelompok. Pertama, *hot media* diartikan sebagai *high definition* yaitu media yang visualisasinya lebih nyata sehingga partisipasi

konsumen rendah, seperti radio, fotografi, film, media cetak atau buku, dan perkuliahan atau bisa disebut juga sebagai media visual. Sedangkan *cool media* diartikan sebagai *low definition* yaitu media yang visualisasinya kurang nyata sehingga menjadikan konsumen menjadi lebih aktif, dan yang termasuk kedalam *cool media* yaitu televisi, telepon, kartun, pidato dan seminar atau bisa disebut juga sebagai media audio-visual. (*Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 1 No 2, November 2018 – 138).

Dalam bukunya, West & Turner (2014) berusaha menambahkan beberapa media baru kedalam kategori *hot media* dan *cool media* seperti Twitter yang digolongkan kedalam *hot media* sedangkan YouTube dan Facebook masuk kedalam golongan *cool media*. West & Turner juga menjelaskan bahwa dengan adanya fitur seperti *iChatting*, unggah gambar, menambahkan teman, *post* seseorang, menjadikan Facebook sebagai contoh dari *cool media* di era modern (p.464). Dengan kata lain tidak semua media sosial masuk kedalam *cool media*. Jumlah pengguna aktif media sosial sendiri di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya berdasarkan laporan We Are Social.

Dari perkembangan media sosial yang semakin lama semakin maju dapat di lihat dari data pengguna aktif media sosial dari tahun 2015-2022 sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Jumlah pengguna aktif media sosial di tanah air berjumlah 62 juta akun pada 2014 dan 72 juta akun pada Januari 2015. Angkanya kemudian meningkat 79 juta akun pada Januari 2016. Setahun setelahnya, jumlah pengguna aktif media sosial di dalam negeri meroket 34 % menjadi 106 juta akun. Penggun aktif media sosial pun kembali bertambah 22,6 % menjadi 130 juta pada Januari 2017. Kemudian, jumlahnya bertambah menjadi 150 juta pada Januari 2018 dan 160 juta pada Januari 2019. Adapun pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 170 juta akun pada Januari 2021. Jumlah ini naik 6,25 dibanding tahun sebelumnya. Sedangkan pada tahun 2022 pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta akun. Peningkatan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia seiring penetrasi internet yang semakin tinggi. Hingga tahun lalu, ada 53,73 % penduduk Indonesia yang telah mengakses internet. (We Are Social, 2022).

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk

berkumpul, berbagi berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial juga bisa diartikan sebagai alat yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan secara virtual. Di Indonesia, media sosial baru-baru ini menjadi penting sejak diluncurkannya smartphone atau telepon pintar yang memungkinkan orang untuk mengakses apapun dengan satu kali sentuhan. Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini media sosial telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi (Nasrullah, 2015).

Media sosial atau situs jejaring sosial merupakan salah satu fasilitas yang ada dalam teknologi informasi dan komunikasi yang akhir-akhir ini banyak digemari dan digunakan orang dari yang usia muda sampai yang paling tua sekalipun. Menurut Almu (2014), jaringan atau media sosial memberikan kesempatan untuk teman, relasi dan bahkan masyarakat berinteraksi dalam rangka berbagai gagasan dan kepentingan umum (*common interest*). Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pengguna internet Indonesia saat ini mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang menggunakan internet (Kominfo 2022).

Data pengguna Internet dan Media Sosial Tahun 2022 di Dunia dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 1. 2 Data Pengguna Internet dan Media Sosial Tahun 2022 di Dunia

Total populasi atau jumlah penduduk pada tahun 2022 sebesar 7,91 Milyar naik 1% dari tahun sebelumnya (2021) yang berjumlah 7,83 Milyar. Untuk perangkat mobile yang terhubung sebesar 8,28 Milyar naik 2,9% dari tahun sebelumnya (2021) yang berjumlah 5,22 Milyar. Sedangkan jumlah pengguna Internet sebesar 4,95 Milyar, dimana jumlah tersebut naik 4% lebih banyak dari tahun sebelumnya (2021) yang berjumlah 4,66 Milyar. Untuk jumlah pengguna media sosial aktif sendiri sebesar 4,62 Milyar naik pesat sebesar 10,1% lebih banyak dari tahun sebelumnya (2021) yang berjumlah 4,20 Milyar.

Media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi. Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (*Jurnal Semarak* Vol 2, No 2, Februari 2019, Hal 31-43). Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010).

Sejak kemunculannya, WhatsApp menjadi salah satu media baru untuk komunikasi yang memungkinkan kita berkomunikasi seperti di dunia nyata (Afina Amna, 2018). Beberapa komunikasi yang bisa dilakukan via WhatsApp yaitu Pertama, *chatting*, adalah komunikasi yang dilakukan dengan cara mengirim pesan liwat tulisan. Kedua, *voice note*, adalah suatu pesan suara yaitu bentuk komunikasi yang dilakukan dengan cara merekam suara untuk dikirimkan. Ketiga, *calling* atau panggilan, adalah komunikasi dengan cara bercakap-cakap seperti dalam saluran telephone. Keempat, *video call* adalah komunikasi yang memungkinkan kita untuk melihat lawan bicara secara langsung. Terakhir adalah status. Status WhatsApp adalah salah satu fitur WhatsApp yang memungkinkan pengguna WhatsApp membuat status (tulisan, gambar, suara atau video) dan memungkinkan orang untuk mengomentari status tersebut. Status WhatsApp tidak bersifat permanen karena hanya bisa dilihat selama 1 X 24 Jam. (*Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 1 No 2, November 2018-138).

WhatsApp merupakan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan sebagai penyampaian pesan baik oleh individu maupun kelompok untuk kepentingan bersosialisasi (Aminoto & Dani, 2018). Keberadaan WhatsApp Messenger tidak terlepas dari generasi digital yang selalu menginginkannya adanya pemutakhiran terhadap berbagai teknologi berbasis internet. Namun sejauh mana penggunaan WhatsApp oleh penggunanya. Dengan adanya WhatsApp juga bisa menyampaikan pesan ke orang yang berada di jarak jauh dan juga bisa saling bertukar informasi. Penggunaan teknologi informasi seperti halnya penggunaan WhatsApp ini yang telah memiliki berbagai kegunaan untuk berkomunikasi, mencari informasi dan menjalin pertemanan.

WhatsApp sendiri merupakan sebuah aplikasi seluler lintas *platform*. Berbeda dengan aplikasi *Short Message Service* (SMS) yaitu fasilitas yang hanya bisa teks dan berbayar, maka aplikasi WhatsApp adalah gratis dan bisa mengirim tidak dalam bentuk teks saja melainkan juga bisa dalam bentuk gambar, pesan video dan audio dalam jumlah tidak terbatas. Dengan kata lain WhatsApp adalah aplikasi pesan instan untuk *smartphone*, fungsi WhatsApp hampir sama dengan

aplikasi SMS. Tapi WhatsApp tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet. Jadi kita tak perlu khawatir dengan jumlah karakter atau informasi yang kita kirim. Tidak ada batasan, selama data internet masih cukup. Lebih dari 1 milyar orang lebih dari 180 negara menggunakan WhatsApp untuk tetap terhubung dengan keluarga, masyarakat dan teman , kapan saja dan di mana saja. (*Pemanfaat Aplikasi*, ORBITH Vol 14, No 01, Maret 2018, 59 – 67).

Whatsapp saat ini mempunyai tempat tersendiri di masyarakat. Masyarakat mulai beralih dari HP ke *smartphone* dan beralih SMS ke WhatsApp. Salah satu nilai lebih dari WhatsApp adalah WhatsApp memungkinkan kita untuk bisa berhubungan dengan banyak orang dan tidak hanya antar satu orang dengan satu orang, karena WhatsApp kita untuk mengirim satu kabar untuk semua orang dalam satu grup (Jumiatmoko, 2016). Fitur dan aplikasi WhatsApp yang inovatif menjadi pengguna WhatsApp tidak hanya terbatas pada kaum muda saja, saat ini WhatsApp digunakan sebagai media informasi untuk semua usia. Hubungan komunikasi yang dulunya penuh pertimbangan saat ini menjadi lebih santai dan ringan. Hal ini memunculkan konsep baru di masyarakat tentang Interaksi sosial yang ada di masyarakat sifatnya yang mudah untuk digunakan serta memberi manfaat yang baik kepada pengguna dalam membantu proses komunikasi masa kini. Aplikasi WhatsApp memberi manfaat ketika berinteraksi secara mendalam di mana pengguna mempunyai kuasa untuk mencipta, berkongsi, bertukar maklumat dan idea dalam satu jaringan dan rangkaian internet yang besar (Schiffman & Wisenblit, 2015).

WhatsApp sendiri semakin digemari oleh masyarakat dikarenakan semakin dikembangkannya fitur-fitur aplikasi ini sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pengguna. Berbagai fitur selalu disempurnakan dan disesuaikan dengan keinginan pengguna sehingga terjadi peningkatan kemudahan dan kenyamanan pengguna dalam berkomunikasi melalui *online* ini. Namun demikian di balik berbagai kelebihan yang ditemui dalam pemanfaatan WhatsApp ini ada juga dampak negatif atau buruk jika pemahaman tentang WhatsApp ini mengalami kegagalan atau gagal paham WhatsApp. Menurut artikel pengaruh Media Sosial, ada

beberapa hal dampak positif dan negatif yang mungkin saja timbul dari penggunaan aplikasi Whatsapp yaitu: dampak positif penggunaan WhatsApp antara lain tempat promosi, memperluas jaringan pertemanan, media komunikasi yang mudah, tempat mencari informasi yang bermanfaat dan tempat berbagi foto dan data, sedangkan dampak negatif dari penggunaan WhatsApp antara lain mengganggu kegiatan belajar, bahaya kejahatan dan penipuan, dan penyalahgunaan media sosial.

Selain bisa menyebarkan informasi secara mudah dan cepat, WhatsApp juga merubah konsumsi orang terhadap media sosial lain. Beberapa informan yang ditemui penulis menyatakan bahwa dengan WhatsApp mereka dapat mengubah mengirimkan apapun tanpa harus membuka media lain. Sebelum ada WhatsApp orang yang ingin mengirimkan file harus membuka E-mail untuk mengirim dokumen, namun sekarang kita sangat dimudahkan dengan adanya WhatsApp karena kita bisa mengirim apapun dengan satu media tanpa harus membuka media lain, selain itu WhatsApp juga bisa mengirimkan foto dari kegiatan yang sedang kita lakukan kepada orang banyak agar orang lain mengetahui kegiatan kita lewat instastory WhatsApp. (*Jurnal Ilmu Komunikasi Vol I, No 2, November 2018 - 137,138*).

WhatsApp dengan interaksi sosial mempunyai hubungan yang erat diantara keduanya dikarenakan dengan tidak adanya WhatsApp masyarakat akan mengalami kesulitan untuk berinteraksi dengan yang lainnya, apalagi dengan orang yang berada diluar kota. Dalam penelitian ini peneliti memilih Dusun Sendangrejo Kecamatan Jatisrono dikarenakan masyarakat baik dari remaja umur 12 tahun sampai orang tua di umur 40-50 tahun lebih aktif menggunakan media sosial seperti WhatsApp dibandingkan dengan berkomunikasi secara langsung, selain itu masyarakat Dusun Sendangrejo Desa Gondangsari, Kecamatan Jatisrono banyak yang memanfaatkan WhatsApp sebagai media untuk memasarkan produk atau *online shop*. Penelitian ini sangat layak diteliti di wilayah tersebut karena sebagian masyarakat khususnya orang tua dikalangan umur 40-50 tahun sudah mengetahui aplikasi WhatsApp dan kegunaanya tapi juga masih ada

yang belum tahu fitur lain seperti bagaimana cara untuk mengirimkan foto, video, lokasi, file dokumen ataupun kontak, untuk itu peneliti tertarik mengambil permasalahan dalam kasus “Kenapa Media Komunikasi WhatsApp Berpengaruh Terhadap Interaksi Sosial Di Kalangan Masyarakat Dusun Sendangrejo Desa Gondangsari, Kecamatan Jatisrono, Kabupaten Wonogiri.

1.2 Rumusan Masalah

- a) Kenapa Media Komunikasi WhatsApp Berpengaruh Terhadap Interaksi Sosial di Kalangan Masyarakat Dusun Sendangrejo, Desa Gondangsari, Kecamatan Jatisrono, Kabupaten Wonogiri ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui media sosial WhatsApp berpengaruh terhadap Interaksi Sosial di Kalangan Masyarakat Dusun Sendangrejo, Desa Gondangsari, Kecamatan Jatisrono, Kabupaten Wonogiri.
- b) Untuk mengetahui dampak dari media sosial WhatsApp terhadap Interaksi Sosial di Kalangan Masyarakat Dusun Sendangrejo, Desa Gondangsari, Kecamatan Jatisrono, Kabupaten Wonogiri.

1.4 Manfaat Penelitian

- a) Manfaat Praktis
 1. Sebagai referensi dan pemahaman mengenai analisis media sosial WhatsApp Terhadap Interaksi Sosial di kalangan masyarakat.
 2. Mendapatkan pemahaman yang lebih tentang WhatsApp dan Interaksi Sosial.
- b) Manfaat teoritis
 1. Memberikan sumbangan ilmiah dan inovasi baru terhadap interaksi sosial di kalangan masyarakat.
 2. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan WhatsApp dan Interaksi Sosial.