

PERGESERAN BUDAYA KOMUNIKASI PADA ERA MEDIA BARU
(Studi Etnografi Virtual Penggunaan LINE oleh *Digital Natives*)

COMMUNICATION CULTURE CHANGE IN NEW MEDIA ERA
(*Virtual Ethnography Studies about Usage of LINE by Digital Natives*)

Anggi Mayasari Violita Utami¹

Martha Tri Lestari, S.Sos., MM²

Asaas Putra, S.Sos., M.I.Kom³

^{1,2,3}Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹anggimaya25@gmail.com, ²martha.djamil@gmail.com, ³asaasputra@gmail.com

Abstrak

Sebanyak sembilan puluh persen masyarakat Indonesia yang menggunakan internet mengakses media sosial. Era media baru ini menjadikan media sosial sebagai primadona utama untuk menjalin hubungan sosial di dunia maya. LINE merupakan salah satu media sosial kekinian yang banyak digunakan oleh *digital natives*. Sebagai generasi yang fasih menggunakan teknologi, *digital natives* memanfaatkan LINE sebagai sebuah media komunikasi saat kebutuhan sosial dipisahkan oleh letak geografis. Penggunaan LINE secara terus menerus dapat membentuk sebuah kebiasaan yang pada akhirnya menjadi budaya dalam berkomunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti budaya komunikasi *digital natives* yang terbentuk akibat penggunaan LINE. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Sedangkan metode pendekatan dalam penelitian ini yaitu etnografi virtual. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara secara *online* dan *offline*. Selanjutnya observasi yang dilakukan melalui *chat history* dan aktifitas penggunaan fitur-fitur LINE oleh informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi pergeseran budaya komunikasi di era konvensional ke era media baru, yakni dari komunikasi *face to face* menjadi *computer mediated communication*. Bagi *digital natives* budaya komunikasi yang terbentuk yaitu budaya teksting dengan membangun nilai kedekatan emosional dan kepraktisan dalam menyebarkan informasi, serta menganut norma kecepatan, hiburan, kustomisasi, dan kebebasan.

Kata Kunci : budaya komunikasi, media baru, etnografi virtual, LINE, *digital natives*

Abstract

As much as 90 percent Indonesia people which use internet access for social media. New media era makes social media as main option to connect with other people in internet. LINE is one of newest social media which most used by digital natives. As generation who fluent using technology, digital natives using LINE as communication media when social needs separated by geographic location. Usage of LINE continuously can make a habit eventually change into culture in communication. In this study, digital native communication culture cause by usage of LINE is interesting to research. This study is using qualitative method with constructivis paradigm, this study also using virtual ethnography as approach method. Online and offline interview is use for data collecting technique. Then, observation is observing informant's chat history and activity from usage of LINE's features. The result of this study, there was communication culutre movement from conventional era to new media era, from face to face communication to computer mediated communication. For digital natives, texting culture to bulid emotional proximity and practicity in spreading information value, and following speed, entertainment, customization, and freedom norm as form of communication culture.

Keywords : communication culture, new media, virtual ethnography, LINE, *digital natives*

1. Pendahuluan

Sesuai survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2012, 63 juta masyarakat Indonesia terhubung dengan internet. Sebanyak 95 persen aktivitas populasi itu saat mengakses dunia maya adalah membuka media sosial. Berdasarkan data tersebut, masyarakat Indonesia berhubungan akrab dengan media sosial, tiada hari tanpa mengakses media sosial, media sosial seolah menjadi candu bagi sebagian masyarakat. Media sosial merupakan salah satu implikasi dari pemanfaatan media baru. Hampir pada semua aspek kegiatan manusia selalu memiliki hubungan dengan aktifitas penggunaan media sosial. Perangkat komunikasi seperti *handphone*, *tablet*, dan personal komputer atau laptop yang dimiliki oleh masyarakat modern digunakan untuk mengakses media sosial. *Digital natives* sebagai generasi yang melek teknologi menggunakan media sosial untuk mengekspresikan dirinya, membentuk komunitas, melakukan *networking*, dan berpartisipasi dalam sebuah kegiatan. Salah satu media sosial yang saat ini tengah ramai digunakan oleh *digital natives* adalah aplikasi pesan instan LINE. LINE merupakan situs media sosial baru yang merupakan sebuah aplikasi pengirim pesan instan dengan jaringan internet yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti *smartphone*, *tablet*, dan komputer. Hingga kini LINE memiliki 490 juta pengguna global dan menduduki posisi 1 dalam kategori aplikasi gratis di 42 negara diantaranya yaitu Jepang, Taiwan, Spanyol, Rusia, Hong Kong, Thailand, Singapura, Malaysia, Macau, Swiss, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan lain-lain. Di Indonesia sendiri pada September 2014 lalu, pengguna aplikasi chatting LINE mencapai 30 juta, naik 10 juta dari laporan bulan februari lalu sehingga menempatkan Indonesia di posisi kedua dengan pengguna LINE terbanyak di dunia. Dalam buku yang berjudul *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*, Straubhaar dan LaRuse memaparkan perubahan konsepsi tentang komunikasi pada era media konvensional dan media baru. konsepsi komunikasi mulai dari intrapersonal hingga massa telah bergeser. Pergeseran ini ditandai dengan penggunaan media yang jauh berbeda. Di era media baru ini, semua sistem informasi telah terdigitalisasi, sehingga hampir semua komunikasi berlangsung di dalam teknologi media. Sehingga *digital natives* membawa kebiasaan baru dalam budaya berkomunikasi.

Holmes (2012) dalam bukunya "Media, Teknologi, dan masyarakat", menyatakan bahwa orang yang hidup dalam *information society* tidak hanya bertemu dan menggunakan teknologi-teknologi informasi dan komunikasi, melainkan cara tindakan mereka semakin dibingkai oleh teknologi tersebut. Hal ini menimbulkan pergeseran budaya komunikasi pada era konvensional menuju era media baru. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan ini, maka fokus penelitian adalah bagaimana pergeseran budaya komunikasi yang terjadi oleh *digital natives* di era media baru serta budaya komunikasi apa yang terbentuk akibat penggunaan LINE sebagai sebuah medium komunikasi. Sehingga tujuan dari penelitian ini yaitu untuk dapat memahami pergeseran budaya komunikasi *digital natives* dari era konvensional ke era media baru serta mengetahui budaya yang terbentuk berdasarkan norma dan nilai-nilai yang dianut oleh *digital natives* dalam penggunaan media komunikasi LINE. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode etnografi virtual karena dianggap cocok untuk memberikan gambaran identitas sosial yang terjadi di dunia virtual.

2. Dasar Teori

2.1 Komunikasi

Pada dasarnya kehadiran teknologi dalam berkomunikasi telah memberikan kemudahan bagi siapapun yang menggunakan teknologi untuk saling berinteraksi, mereka dapat terhubung dalam waktu bersamaan tanpa mengkhawatirkan batas geografis dan keterlibatan fisik, bahkan teknologi telah mewakili kehadiran dalam berkomunikasi. Dalam penelitian ini, komunikasi yang dilakukan dengan kehadiran teknologi melalui media LINE diantaranya yaitu :

a. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi sering disebut juga komunikasi interpersonal, adalah komunikasi yang berlangsung antara individu dengan individu lainnya. Komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan *feedback* yang langsung. Komunikasi antarpribadi sangat efektif dalam mengubah sikap atau perilaku karena satu sama lainnya terlibat komunikasi yang tinggi. Beberapa definisi para ahli beranggapan bahwa komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka dan langsung, dimana komunikasi yang dilakukan harus berhadapan fisik, namun seiring berjalannya waktu komunikasi antar pribadi dapat dilakukan dengan memanfaatkan media teknologi komunikasi. Media yang sering digunakan seperti

telepon, internet, teleconference, dan lainnya. Dengan demikian, komunikasi antar pribadi sudah mengalami pergeseran, yang sebelumnya kita mengenal karakteristiknya adalah tanpa media (nirmedia) saat ini terjadi evolusi menjadi bermedia atau menggunakan media (mediated). Meskipun tatap muka lebih baik dari segala bentuk komunikasi, hadirnya media harus diakui telah mengubah cara orang berkomunikasi dan sudah memberikan kontribusi yang besar terhadap hubungan antarpribadi.

b. Komunikasi Kelompok

Fungsi komunikasi kelompok menurut Sendjaja (2002: 3-8) diantaranya yaitu *pertama* adalah hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktifitas yang informal, santai, dan menghibur. *Kedua* fungsi dari kelompok yaitu pendidikan, bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. *Ketiga* yaitu fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya memersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. *Keempat* fungsi *problem solving*, kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan – kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan – keputusan. Kemajuan teknologi komunikasi tak bisa dipungkiri dapat menjadikan komunikasi kelompok lebih mudah. Sebagai contoh penggunaan telepon pintar, dimana orang dapat dengan mudah membentuk grup atau kelompok tertentu untuk saling berinteraksi melakukan percakapan.

c. Komunikasi Organisasi

Organisasi didefinisikan sebagai “suatu kumpulan (atau sistem) individu yang bersama-sama, melalui suatu hirarki pangkat dan pembagian kerja, berusaha mencapai tujuan tertentu (Rogers dan Rogers, dalam Hanneman dan McEwen, 1975, hlm.218). sangat penting untuk membedakan antara komunikasi kelompok kecil dengan komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi mencakup komunikasi yang terjadi di dalam dan di antara lingkungan yang besar dan luas, jenis komunikasi ini sangat bervariasi karena komunikasi organisasi juga meliputi komunikasi interpersonal (percakapan antara atasan dan bawahan), kesempatan berbicara di depan publik (presentasi yang dilakukan oleh para eksekutif dalam perusahaan), kelompok kecil (kelompok kerja yang mempersiapkan laporan), dan komunikasi dengan menggunakan media (memo internal, e-mail, dan konferensi jarak jauh). Oleh karenanya, organisasi terdiri atas kelompok yang diarahkan oleh tujuan akhir yang sama.

d. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi yang berjalan melalui konteks komunikasi termediasi komputer tidak memiliki simbol – simbol non verbal seperti yang terdapat pada komunikasi tatap muka. Derks dalam artikel *The Deliberate Nonverbal Communication Tool in Computer Mediated Communications* menemukan bahwa penggunaan *emoticon* atau *sticker* serupa dengan ekspresi wajah (simbol non verbal) yang terjadi pada komunikasi tatap muka. *Emoticon* atau *sticker* merupakan simbol yang digunakan untuk menggambarkan kondisi atau mood seseorang. Haung, Yen dan Zhang (2008: 470) , menemukan bahwa penggunaan *emoticon* pada komunikasi yang berjalan melalui *instant messaging*, dapat mempercepat proses komunikasi, membuat komunikasi lebih menyenangkan dan mempermudah untuk mengekspresikan emosi. Selain itu mereka juga menemukan bahwa penggunaan *emoticon* memiliki manfaat karena pada pesan yang disampaikan terjadi peningkatan kekayaan informasi sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi.

2.2 Budaya Komunikasi

Budaya komunikasi pada dasarnya merupakan nilai – nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu yang berlangsung secara terus menerus. Dalam tradisi antropologi, Clifford Geertz (dalam Martin dan Nakayama, 2007:47) mengartikan budaya sebagai nilai yang secara historis memiliki karakteristiknya tersendiri dan bisa dilihat dari simbol yang muncul. Simbol ini bermakna sebagai suatu sistem dari konsep ekspresi komunikasi diantara manusia yang mengandung makna dan yang terus berkembang seiring pengetahuan manusia dalam menjalani kehidupan ini. budaya komunikasi pada konteks penelitian ini adalah bentuk cara-cara *digital natives* berinteraksi di LINE. Cara berinteraksi ini tentunya dilandasi oleh nilai-nilai yang telah terkonstruksi di dalam diri *digital natives* sebagai sebuah determinasi dari penggunaan teknologi media baru.

Tabel 1 Penerapan Teknologi Baru dalam Tingkat Tradisional

Tingkat	Bentuk Tradisional	Penerapan Teknologi
Antar Pesona	Tatap muka, surat	Telepon, hubungan kelompok pribadi, surat elektronik, voicegram
Kelompok	Tatap muka	Konferensi telepon, telekomunikasi komputer
Organisasional	Tatap muka, memo, pertemuan	Konferensi telepon, surat elektronik, manajemen dengan bantuan komputer, sistim informasi, faksimil
Publik	Surat kabar, majalah, buku, televisi, radio, film	Videotape, video disk, tv kabel, tv satelit langsung, videoteks, teleteks, sistem informasi digital

Sumber : Deddy Mulyana, *Human Communication*, hlm 226

Tabel 2.1 melukiskan teknologi-teknologi baru yang berhubungan dengan tingkat komunikasi tradisional. Bentuk komunikasi yang dilakukan pada bentuk tradisional telah mengalami pergeseran akibat penerapan teknologi. Bentuk komunikasi dilandasi oleh nilai-nilai dan cara berinteraksi yang dibangun karena penerapan teknologi ini akan membangun sebuah budaya pada generasi melek teknologi.

2.3 *Cyberculture*

Budaya siber atau *cyberculture* beranjak dari fenomena yang muncul di ruang siber serta media siber. Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu, dalam konteks ini yaitu pengalaman individu dan atau antar individu dalam menggunakan serta terkait dengan media. Nilai-nilai ini diakui, baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang dilalui dalam interaksi tersebut. (Nasrullah, 2014: 139)

Karakteristik dunia virtual dapat menghasilkan efek dalam kehidupan ketika berhubungan dengan *cyberspace*. Konsep yang dilontarkan oleh Christine Hine (2000) dalam David Bell menyatakan bahwa *cyberspace* atau ruang siber bisa didekati dalam 'culture' dan 'cultural artefact'. Sebagai suatu budaya, pada mulanya internet adalah model komunikasi yang sederhana bila dibandingkan dengan model komunikasi secara langsung atau *face to face*. Hal ini terjadi karena generasi internet digunakan untuk pesan-pesan menggunakan teks atau simbol dalam bentuk tulisan atau emotikon dan secara langsung dapat dipahami oleh kedua belah pihak.

2.4 Teori Medium

Teori ini dikembangkan oleh Marshall McLuhan dan Harold Adam Innis, yang Joshua Meyrowitz sebut sebagai teori 'medium'. Premis dasar dari teori ini mengatakan bahwa sebuah media harus ditinjau sebagai sebuah alat untuk menciptakan setting sosial baru, sebuah setting yang mempengaruhi struktur sosial masyarakat yang tidak dapat direduksi. Gagasan yang paling sentral adalah bahwa perubahan dalam teknologi komunikasi tidak dapat dihindarkan akan menghasilkan perubahan mendalam baik dalam tatanan budaya maupun sosial

Kontribusi utama McLuhan terhadap teori komunikasi adalah penjelasan multidimensi tentang 'medium-medium' komunikasi –cara mengamati hubungan-hubungan sosial yang terbentuk secara teknologis, yang masing-masing memiliki realitas atau ontologi mereka sendiri yang berbeda (David Holmes, 2012 : 83). Bagi McLuhan, setiap teknologi baru mengubah bagaimana organ-organ indra kita beroperasi untuk menangkap realitas, dan bisa saja terjadi teknologi komputer tidak hanya mengubah persepsi kita tentang realitas tetapi juga mengubah diri kita.

Teori medium dari McLuhan dan Innis (Littlejohn dan Foss, 2009 : 648) mengemukakan hubungan antara indra manusia yang diperlukan untuk menggunakan media dan struktur dari media itu sendiri. Media tersebut akan menjadi perpanjangan indra manusia untuk membentuk dunianya. Dalam teori medium penekanan tak ada dalam isi media (misalnya jenis kelamin, kekerasan, hiburan), tetapi pada sifat dan struktur media dan ini mengubah cara berpikir yang memiliki pengaruh sosial dan psikologi⁷. Jika dikaitkan dalam penelitian ini, penggunaan LINE oleh *digital natives* telah membangun budaya berkomunikasi. Budaya ini didasari oleh nilai-nilai yang dianut dalam diri *digital natives* mengenai cara mereka bertindak dalam penggunaan media komunikasi.

2.5 Media Baru

Era media baru ditandai dengan apa yang disebut konvergensi media. Secara struktural konvergensi media berarti integrasi dari tiga aspek, yakni telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu medium (Jan Van Dijk, 2006:7 dalam Nasrullah, 2014: 15). Di media baru, khalayak memiliki otoritas dalam membangun teks serta memanfaatkan medium. Media baru juga memberikan

keleluasaan khalayak untuk mentransformasikan dirinya untuk memanfaatkan khalayak lainnya. Dimana komunikasi yang dilakukan pada media baru lebih interaktif.

Tabel 2 Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua

Era Media Pertama	Era Media Kedua
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber
Media merupakan instrumen yang melenggengkan sastra dan ketidaksetaraan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu

Sumber : Dr.Rulli Nasrullah,M.Si.(2014).Teori dan Riset Media Siber, hlm. 14

Ini bermakna bahwa pada media baru khalayak tidak sekedar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Di era media interaktif, khalayak dimungkinkan untuk melakukan umpan balik langsung dan bahkan khalayak di era media interaktif bisa menjadi konsumen dan saat itu juga menjadi produsen dari informasi. Namun dalam komunikasi termediasi komputer selalu saja ada bahasa universal, misalnya penggunaan *emoticons* atau ekspresi diri di dunia siber dalam percakapan atau komunikasi yang diekspresikan melalui teks, simbol atau lambang, yang harus dipahami.

2.6 Computer Mediated Communication

Salah satu aspek yang muncul dari perkembangan media baru yang mempertemukan individu dan atau kelompok di arena virtual dalam berkomunikasi yakni komunikasi yang termediasi komputer. Komputer, telepon genggam, atau perangkat yang terkoneksi lainnya pada dasarnya tidak sekedar menjadi media yang memperantai proses distribusi dan sirkulasi pesan, tetapi sebagai medium layaknya aspek serta lingkungan dalam komunikasi tatap muka. Hanya saja, komunikasi yang terjadi di media siber lebih banyak tergantung pada teks, baik teks dalam pengertian sesungguhnya maupun simbol, ikon, atau penanda lain yang mewakili maksud dari pesan. (Nasrullah, 2014 : 79)

2.7 Digital natives

Digital Natives adalah mereka yang lahir setelah tahun 1980 ketika teknologi sosial digital *online*. Mereka semua memiliki akses untuk saling terhubung di teknologi digital. Dan mereka semua memiliki keterampilan untuk menggunakan teknologi tersebut. Mereka belajar, bekerja, menulis, dan saling berinteraksi satu sama lain dengan cara yang sangat berbeda dari cara orang sebelumnya tumbuh. Mereka membaca blog daripada surat kabar. Mereka sering bertemu satu sama lain secara *online* sebelum mereka bertemu secara pribadi. Mereka mendapatkan musik secara *online* dan gratis daripada membeli di toko rekaman. Mereka lebih sering mengirim sebuah pesan instan daripada mengangkat telepon melakukan panggilan untuk mengubah rencana. Aspek utama hidup digital natives yaitu interaksi sosial, persahabatan, kegiatan sehari-hari yang diolah oleh teknologi digital⁸.

Digital Natives terhubung secara terus menerus. Mereka memiliki banyak teman di ruang nyata dan dunia maya. Kadang-kadang, hubungan diantara digital natives tidak akan pernah memiliki kesempatan untuk bertemu di dunia *offline*. Melalui situs jejaring sosial, digital natives saling terhubung dengan pesan instan, dan berbagi foto dengan teman di seluruh dunia.

Digital Natives adalah generasi yang kreatif. Ketika mendapatkan sebuah informasi, mereka akan mengubah dan mendesain ulang informasi tersebut, melalui tulisan, gambar, *motion graphic* kemudian menampilkannya ke sebuah website. Para digital natives cenderung mengidentifikasi sebuah informasi dengan melihat tingkat *impression* dari informasi tersebut.

2.8 LINE

Dibawah ini merupakan fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi LINE sebagai sebuah media komunikasi :

1. Chatting gratis dengan teman - teman, dimanapun dan kapanpun baik obrolan personal ataupun grup. LINE tersedia diseluruh perangkat smartphone (iPhone, Android, Windows Phone, Blackberry, Nokia) dan tersedia juga di PC
2. Gratis Voice Call dan Video Call.
3. Chatting jadi lebih lucu dan ekspresif bersama stickers Line. Dengan lebih dari 10.000 stickers dan emoticon, dapat mengekspresikan emosi, dan kejadian sehari-hari
4. Berbagi video, foto, dan pesan suara
5. Timeline, penggunaan timeline untuk berbagi teks, foto, video, stickers serta informasi atau hal – hal peristiwa yang dialami dengan teman-teman.
6. Hidden chat, merupakan fitur obrolan rahasia, fitur ini cocok untuk mengirim pesan yang berisi informasi yang sensitif.
7. Find Alumni, fitur yang memungkinkan penggunaanya untuk saling terhubung dengan teman-teman masa sekolah , mulai dari sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, dan hingga ke jenjang universitas.

2.9 Etnografi Virtual

Etnografi virtual adalah pendekatan yang muncul akibat aktifitas manusia ketika menggunakan teknologi internet. Hine (2001) menyatakan pendekatan ini dalam melihat realitas atau fenomena yang terjadi di ruang siber melalui dua aspek, yakni kultur dan artefak budaya. Berbeda dengan kehidupan nyata dan fenomena yang muncul dari interaksi *face to face*, internet merupakan lapangan yang sangat kompleks dan relasi yang terjadi berdasarkan pada konteks apa yang digunakan termasuk terhadap penggunaan teknologi.

Salah satu prinsip yang dikemukakan oleh Hine (2000 :63-65) saat melakukan penelitian etnografi virtual yakni internet merupakan tempat yang interaktif dan selalu bergerak yang dapat menguak bagaimana individu atau kelompok budaya memahami kehidupan virtualnya⁹. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bermaksud untuk memahami budaya yang terbentuk akibat komunikasi virtual yang dilakukan pada penggunaan LINE, dimana konteks yang digunakan merupakan kondisi ‘apa yang terjadi’ di *cyberspace*, dalam hal ini yaitu komunikasi apakah yang terjadi dan dilakukan melalui media LINE.

3. Pembahasan

Setelah melalui proses analisis data, didapatkan bahwa terjadi pergeseran budaya pada era media baru. Hal tersebut telah dikemukakan oleh Straubhaar dan Larose dalam bukunya *Media Now : Understanding Media, Culture and Technology* (2006:20) memaparkan tentang perubahan konsepsi tentang komunikasi pada masa analog dan digital, era media konvensional dan media baru. Pergeseran ini ditandai dengan penggunaan media yang jauh berbeda, dimana pada era sekarang hampir semua komunikasi berlangsung di dalam teknologi media.

Digital natives sebagai generasi yang melek akan teknologi dalam penelitian ini mengalami pergeseran cara-cara berkomunikasi baik komunikasi antar pribadi, kelompok hingga komunikasi organisasi. Pada era konvensional untuk melakukan interaksi mereka harus bertatap muka dan bertemu langsung, namun seiring berjalannya waktu munculnya teknologi komunikasi membantu mereka untuk tetap dapat berkomunikasi dengan bantuan telepon genggam melalui panggilan dan SMS. Pada Era media baru yakni akses komunikasi melalui jaringan internet, maka *digital natives* memanfaatkannya melalui CMC untuk tetap berinteraksi menjalin hubungan sosial dengan orang lain saat jarak memisahkannya.

Tabel 3 Pergeseran Cara Berkomunikasi

Konteks Komunikasi	Era Konvensional	Era Media Baru
Antarpribadi	Tatap Muka, SMS dan Telepon	<i>Computer mediated communication</i>
Kelompok	Tatap Muka, SMS	<i>Computer mediated communication</i>
Organisasi	Tatap Muka, SMS	<i>Computer mediated communication</i>

Sumber : Peneliti

Budiargo dalam bukunya *Berkomunikasi Ala Net Generation* (2015 : 50) menyatakan bahwa perkembangan teknologi, khususnya teknologi komunikasi CMC, dalam hal ini penggunaan internet, telah mengubah sifat interaksi manusia secara evolutif, yang dulunya memerlukan pertemuan secara fisik dan psikis, menjadi pertemuan secara tidak nyata atau virtual. Hal tersebut mendukung hasil penelitian ini bahwasanya *digital natives* melakukan komunikasi tatap muka hanya jika diperlukan.

Dalam melakukan proses komunikasi kita mengenal beragam cara, bisa berupa komunikasi secara tatap muka, melalui tulisan pada surat, melalui telepon dan yang paling sering digunakan sekarang yaitu melalui komputer. Dalam komunikasi melalui komputer atau *computer mediated communication*, kegiatan komunikasi dilakukan dengan berbagai cara seperti *email*, *instant messaging*, *social media*, yang terpenting dapat saling terhubung melalui jaringan internet.

Cara - cara berkomunikasi yang dibangun karena penerapan teknologi dalam penelitian ini LINE akan mengonstruksi sebuah budaya pada generasi melek teknologi. LINE merupakan media baru yang masuk dalam kategori media sosial, namun fungsi utama dalam LINE yakni sebagai pengirim pesan instan atau *instant messenger*. Bagi *digital natives*, LINE lebih tepat digunakan sebagai komunikasi yang bersifat personal yang menjadi sebuah sarana untuk menjaga hubungan dengan orang lain serta sebagai sebuah sumber informasi.

Teori medium dari McLuhan dan Innis (Littlejohn dan Foss, 2009 : 648) mengemukakan hubungan antara indra manusia yang diperlukan untuk menggunakan media dan struktur dari media itu sendiri. Media tersebut akan menjadi perpanjangan indra manusia untuk membentuk dunianya. Dalam teori medium penekanan tak ada dalam isi media (misalnya jenis kelamin, kekerasan, hiburan), tetapi pada sifat dan struktur media dan ini mengubah cara berpikir yang memiliki pengaruh sosial dan psikologi. Jika dikaitkan dalam penelitian ini, penggunaan LINE oleh *digital natives* telah membangun budaya berkomunikasi. Budaya ini didasari oleh nilai-nilai yang dianut dalam diri *digital natives* mengenai cara mereka bertindak dalam penggunaan media komunikasi.

Nilai yang dibangun oleh *digital natives* pada penggunaan LINE yaitu kedekatan. Kepada mereka yang dekat secara emosional, *digital natives* cenderung memilih media yang paling mendekati komunikasi tatap muka, dan itu dapat terjadi di LINE, dimana bagi mereka LINE merupakan sebuah media komunikasi yang dapat menggantikan komunikasi langsung. Fitur *chat*, *voice call* atau *video call*, serta komentar pada timeline LINE merupakan sebuah fitur yang dapat menggambarkan kedekatan personal antara satu orang dengan yang lainnya atau antara satu orang dengan grupnya. Mereka membahas topik atau isu-isu tertentu yang hanya diketahui oleh para pelaku komunikasi tersebut. Sehingga para *digital natives* meyakini bahwa LINE merupakan media komunikasi kekinian yang tepat untuk berkomunikasi secara personal, seperti keluarga, kerabat dan teman-teman dekat.

Gasser dan Palfrey (2008 : 2) dalam buku yang berjudul *Born Digital : Understanding The First Generation of Digital Natives* menyatakan hasil risetnya tentang *digital natives* bahwasanya mereka hidup dan berkomunikasi di dunia *online* daripada di dunia *offline*. Mayoritas aspek kehidupan mereka seperti interaksi sosial dan pertemanan dimediasi oleh teknologi digital. Hal ini menyebabkan akses informasi tersebar dengan cepat dan praktis. Pada penelitian ini, nilai kepraktisan dalam menyebarkan informasi dianut oleh *digital natives*. Mereka memanfaatkan LINE untuk menyebarkan beragam informasi.

Tapscott dalam bukunya *Grown Up Digital* (2009 : 105) mengemukakan norma yang dianut oleh generasi internet. Norma ini berakar dalam pengalaman mereka terkait dengan pemakaian media. Salah satu norma yang dianut oleh generasi internet ini yaitu kebebasan. Mereka menginginkan kebebasan dalam segala hal yang mereka perbuat, dari kebebasan memilih hingga kebebasan berekspresi. *Digital natives* memanfaatkan teknologi untuk mengekspresikan diri dan memilih media komunikasi mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka. *Smartphone* yang dimilikinya digunakan untuk mengakses beragam media sosial.

Tapscott juga menyebutkan bahwa generasi internet juga senang membuat sesuatu sesuai selera yang biasa disebut dengan kustomisasi¹⁰. Mereka membuat atau mengubah tampilan media sosial miliknya sesuai selera yang mereka inginkan. Dalam penelitian ini, mereka berekspresi mengubah foto profil dan tema-tema yang berjalan di latar LINE miliknya.

Norma lainnya yang dianut oleh generasi internet adalah hiburan. Mereka ingin hiburan dan kegiatan bermain tetap ada dalam pekerjaan, pendidikan, dan kehidupan sosial mereka. *Digital natives* pada penelitian ini membutuhkan LINE untuk mengetahui perkembangan tentang teman-temannya. Setiap orang cenderung terbuka akan informasi tentang dirinya di dalam LINE dengan meng *update* kegiatan atau perasaan yang dialami akan dirinya pada *timeline*. Mereka menganggap LINE sebagai sebuah sarana hiburan karena mereka merasa terhibur dengan membaca *updatean-updatean* yang muncul di timelinenya.

Dalam bukunya *Growing Up Online*, Tapscott juga menjelaskan bahwa generasi internet membutuhkan kecepatan. Mereka mengharapkan komunikasi yang sama cepat dari pihak-pihak lain, setiap pesan instan harus menghasilkan tanggapan yang juga instan.

Interaksi yang terjadi di dunia siber pada kenyataannya terjadi melalui medium teks. Nasrullah (2014: 83) dalam bukunya *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* menuliskan bahwa ada dua term yang bisa digunakan untuk mendekati bahasa di media siber “*Netspeak*” dan “*Netlingo*”. *Netspeak* diartikan pembicaraan yang seolah-olah penulisan, dan *Netlingo* merupakan bahasa teks baku menjadi bahasa teks yang seolah-olah mewakili ungkapan ketika berbicara. Pada penelitian ini, *Netspeak* dapat berupa penggunaan ikon emosi “☺” yang berarti senyum atau senang, “☹” yang berarti sedih atau kecewa. Selain itu juga dapat berupa “hehehe” “hahaha” “wkwwk” yakni pembicaraan yang seolah-olah penulisan. Sedangkan *netlingo* dapat berupa saja menjadi “aja”, yang menjadi “yg”, tidak menjadi “enggak ,nggak, gak”. Hal ini menyebabkan munculnya budaya texting yaitu terbiasa menulis dan berkomunikasi dalam bentuk teks-teks singkat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa LINE merupakan salah satu teknologi komunikasi yang sangat populer di era media baru. LINE digunakan oleh *digital natives* sebagai sebuah media komunikasi yang memberi kemudahan untuk berinteraksi saat jarak dan waktu sedang tak berpihak. Sebagai generasi yang canggih, *digital natives* dalam penelitian ini mengalami pergeseran cara-cara berkomunikasi dari era sebelumnya ke era sekarang yakni pada era media baru. Dalam konteks komunikasi antarpribadi, kelompok dan komunikasi organisasi yang dilakukan oleh *digital natives*, sebelum adanya media baru mereka berkomunikasi secara langsung atau *face to face*. Setelah kemunculan telepon seluler untuk tetap menjalin hubungan sosial antara satu dengan yang lainnya, mereka menggunakan SMS dan telepon. Dalam komunikasi organisasi yang dijalaninya, mereka mengutus seseorang untuk menyebar luaskan informasi melalui pesan teks yang dikirim kepada anggota organisasinya, untuk kemudian bertemu langsung membahas hal-hal tertentu. Namun sekarang pada era media baru dimana dapat saling terhubung melalui jaringan internet, *digital natives* memanfaatkan media komunikasi tersebut untuk proses interaksi sosialnya, cara mereka berkomunikasi melalui internet ini disebut *computer mediated communication*. Mereka menggunakan LINE untuk dapat menjalin hubungan sosial dan berbagi informasi baik dalam komunikasi antarpribadi, kelompok dan komunikasi organisasi.

Kebiasaan baru dalam budaya berkomunikasi terjadi akibat penggunaan teknologi yang terus-menerus sebagai media komunikasi. Jika dahulu orang lebih senang berkomunikasi dengan telepon atau audio, maka sekarang sudah digantikan dengan komunikasi berbasis teks. Segala sesuatu bisa dihadirkan melalui teknologi, salah satunya dengan *computer mediated communication*. Hal ini menyebabkan munculnya budaya texting yaitu terbiasa menulis dan berkomunikasi dalam bentuk teks-teks singkat. Dalam CMC yang terjadi di LINE, *digital natives* mengadopsi nilai kedekatan dan kepraktisan dalam menyebar informasi. Pada era media baru ini generasi internet menganut norma kebebasan, kustomisasi, hiburan dan kecepatan.

Daftar Pustaka

- [1] Hine, Christine. (2000). *Virtual Ethnography*. London, Thousand Oaks, New Delhi : SAGE Publications
- [1] Holmes, David. (2012). *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- [1] Littlejohn, Stephen dan Foss, Karen A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications
- [3]Merdeka. 2013 . *Di 5 Media Sosial ini Orang Indonesia Pengguna Terbesar Dunia*. [Online]. dari <http://www.merdeka.com/uang/di-5-media-sosial-ini-orang-indonesia-pengguna-terbesar-dunia.html> [Accessed 26 Januari 2015]
- [3]Merdeka. 2014 . *Pengguna Line di Indonesia Duduki Peringkat 2 Terbanyak di Dunia*. [Online dari <http://www.merdeka.com/teknologi/pengguna-line-di-indonesia-duduki-peringkat-2-terbanyak-di-dunia.html>. [Accessed 25 januari 2015]
- [1]Mulyana, Deddy. (2000). *Human Communication, Konteks-Konteks Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- [1]Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana.
- [1]Palfrey, John dan Gasser, Urs. (2008). *Born Digital Understanding The First Generation of Digital Natives*. New York : Basic Book
- [1] Straubahaar, Joseph dan LaRuse, Robert. (2006). *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology 5th Edition*. Thomson
- [1]Tapscott, Don. (2009). *Grown Up Digital : How The Net Generation Changing Your World*. Mc Graw Hill

