

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan teknologi memang sangat memengaruhi kehidupan umat manusia pada abad ini. Perkembangannya pun berjalan pesat dan sangat cepat. Salah satu pengaruhnya adalah terhadap kebutuhan komunikasi antar individu yang menuntut adanya kemudahan dalam berkomunikasi.

Saat ini, dunia komunikasi semakin dipermudah dengan hadirnya ponsel atau telepon genggam berembel-embel "*smartphone*" atau "telepon pintar". Mengapa dikatakan *smartphone*? Sesuai namanya, *smartphone* merupakan telepon genggam yang memiliki kemampuan tingkat tinggi, sehingga dikatakan "pintar". Bahkan *smartphone* memiliki fungsi yang menyerupai komputer. Walaupun belum ada standar pabrik yang menentukan definisi *smartphone*, namun bagi beberapa orang, *smartphone* merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh peranti lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, *smartphone* hanya merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surat elektronik, layanan internet, kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*), memiliki *keyboard* seperti komputer untuk mengetik serta konektor VGA. Dengan kata lain, *smartphone* merupakan komputer mini yang mempunyai kapabilitas sebuah telepon, sehingga dapat mempermudah kebutuhan komunikasi maupun kebutuhan lainnya di mana saja dan kapan saja.

Menurut hasil studi bertajuk "*Getting Mobile Right*" yang diprakarsai oleh Yahoo dan Mindshare, saat ini ada sekitar 41,3 juta pengguna *smartphone* di Indonesia. Jumlah tersebut diyakini akan terus berkembang dengan pesat, khususnya di wilayah perkotaan. Bahkan, pihak Yahoo dan Mindshare memprediksi bahwa akan ada sekitar 103,7 juta pengguna *smartphone* dan ada sekitar 16,2 juta pengguna tablet yang ada di Indonesia hingga pada tahun 2017

mendatang (sumber: <http://tekno.liputan6.com/read/731892/akan-ada-1037-juta-pengguna-smartphone-di-indonesia>).

Smartphone atau yang kita kenal dengan telepon pintar bukan hanya menjadi kebutuhan lagi tapi telah menjadi gaya hidup. Salah satu perusahaan informasi dan pengukuran global terkemuka, Nielsen memandang bahwa aplikasi memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap pasar *mobile* dan telah melonjak dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal tersebut membuat Nielsen merilis data terbaru mengenai 10 aplikasi yang paling sering digunakan pengguna *smartphone* di kawasan Asia Tenggara termasuk Indonesia.

Dari daftar 10 teratas tersebut, aplikasi *mobile* Facebook (m.facebook.com) menempati urutan pertama yang banyak dipakai pengguna *smartphone* di Indonesia. Sementara posisi kedua dipegang oleh aplikasi yang dulunya sempat *eksklusif* milik salah satu perangkat, yaitu BlackBerry Messenger (BBM). Ada tiga aplikasi pesan cepat di *mobile* setelah BBM, yaitu WhatsApp, LINE, dan We Chat yang masing-masing secara berurutan menempati posisi ketiga hingga kelima. Ini artinya, keberadaan aplikasi pesan cepat menjadi semakin penting bagi pengguna *smartphone* di seluruh belahan bumi Indonesia (sumber: <http://www.jagatreview.com/2013/10/ini-10-aplikasi-smartphone-populer-di-indonesia/>).

Tabel 1.1
Pengguna Aplikasi *Smartphone* di Indonesia

Ranking	Nama Aplikasi	Jenis Aplikasi
1	Facebook	Jejaring Sosial
2	Blackberry Messenger	Pesan Instan
3	WhatsApp	Pesan Instan
4	LINE	Pesan Instan
5	WeChat	Pesan Instan
6	Top Eleven	Games
7	Google Play Store	Toko Aplikasi
8	Twitter	Sosial Media
9	You Tube	Video Berbagi
10	Blackberry World	Toko Aplikasi

Sumber: www.jagatreview.com

Hal tersebut membuka peluang bisnis yang cukup menjanjikan, apalagi di bidang komunikasi dan informasi seperti menyediakan aplikasi layanan pesan cepat. Tidak heran, jika saat ini aplikasi-aplikasi layanan pesan cepat mulai bermunculan dengan kelebihan dan keunggulan masing-masing. Bisa dikatakan, *smartphone* dan dunia komunikasi saat ini sedang diramaikan dengan hadirnya aplikasi-aplikasi menarik tersebut yang tentunya sangat menunjang kemudahan penggunaannya, apalagi aplikasi-aplikasi tersebut dapat diakses dengan mudah dan cepat dalam telepon seluler yang menggunakan OS Android, iPhone, Blackberry, dan Windows Phone. Semuanya memiliki fasilitas canggih yang tentunya memudahkan penggunaannya melakukan komunikasi dengan sesama pengguna lainnya melalui aplikasi yang sama (lintas *platform*). Aplikasi-aplikasi tersebut telah mendapatkan popularitas besar karena mudah digunakan dan gratis. Selain itu, aplikasi-aplikasi tersebut juga telah menjadi sarana untuk bertukar pesan yang sangat diperlukan bagi jutaan pengguna ponsel di seluruh dunia, walaupun sebenarnya sekaligus menjadi ancaman terhadap pesan teks tradisional dan suara. Tidak seperti SMS, yang memiliki biaya dan pembatasan panjang teks, pengguna aplikasi ini dapat mengirim pesan disertai dengan *video* atau gambar tanpa batas. Hal tersebut dimungkinkan hanya dengan memastikan perangkat *smartphone* terkoneksi dengan internet.

Salah satu aplikasi yang paling banyak menarik perhatian pengguna *smartphone* adalah LINE. Sama dengan aplikasi pesan cepat lainnya, LINE merupakan aplikasi pesan cepat lintas *platform*. Secara umum, fasilitas yang ditawarkan LINE tidak jauh berbeda dengan pendahulunya, WhatsApp, yaitu layanan pesan cepat baik itu melalui teks, *audio*, *video*, dan *emoticon*.

Namun, keunikan pada aplikasi LINE adalah salah satu fitur *emoticon* yang dimilikinya dan disebut *sticker*. Dengan kemudahan mengakses, mengunduh, dan memperbaharui yang semuanya tanpa biaya sepeserpun, *sticker* digunakan sebagai salah satu cara untuk menyampaikan pesan dalam proses komunikasi antarpribadi oleh pengguna aplikasi LINE.

Berdasarkan penuturan Akira Morikawa, CEO LINE Corporation, dalam LINE Tokyo Conference, sebuah pertemuan tahunan LINE di Maihama

Amphitheater, Tokyo, Jepang, pada Rabu, 21 Agustus 2013, sejak pertama kali diluncurkan dua tahun lalu, pengguna LINE kini diklaim telah tumbuh mencapai 300 juta di seluruh dunia. Sedangkan di Indonesia sendiri, saat ini jumlah penggunanya telah mencapai 14 juta orang. Sedangkan produk yang paling banyak diunduh adalah LINE *sticker*, baik yang gratis maupun berbayar (*sumber*: <http://tekno.kompas.com/read/2013/08/21/1712396/Pengguna.Line.Indonesia.Urut.tan.Ke.5.Dunia>).

Aplikasi LINE pun terus membuat inovasi pada *sticker* mereka, salah satunya dengan menghadirkan *sticker* bertema khusus yang disesuaikan dengan situasi terkini. Misalnya, saat bulan puasa, dikeluarkan *sticker* bertema Ramadhan.

Secara tidak sadar, kehadiran *sticker* dalam aplikasi LINE menciptakan suatu cara komunikasi yang baru, yaitu komunikasi dengan menggunakan *sticker*. Memang sebelumnya, Blackberry Messenger telah lebih dulu menyediakan fitur *emoticon* sebagai salah satu simbol untuk berekspresi. Namun, LINE *sticker* dinilai lebih ekspresif karena hampir mendekati penggambaran mimik atau ekspresi seseorang.

Dapat dikatakan, kehadiran LINE *sticker* ini merupakan awal permulaan komunikasi dengan simbol *sticker* yang pada akhirnya bisa menggantikan budaya komunikasi antarpribadi yang biasanya dilakukan secara verbal (dengan bahasa maupun tulisan) dan secara langsung menjadi komunikasi nonverbal (dengan simbol LINE *sticker*).

Masing-masing orang memiliki motif tersendiri mengapa harus menggunakan menyertakan *sticker* saat berkomunikasi dengan orang lain menggunakan aplikasi LINE. Pemberian makna pada *sticker* berbeda-beda tergantung pada masing-masing orang. Hal tersebut bisa menimbulkan beberapa hambatan dalam proses komunikasi yang menggunakan *sticker*. Meskipun begitu, dapat dikatakan bahwa dalam proses komunikasi tersebut, telah terjadi pertukaran makna simbol diantara dua orang yang sedang berkomunikasi yang menimbulkan pola dalam komunikasi antarpribadi.

Untuk itu, berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengangkat topik penelitian mengenai pola komunikasi. Dalam hal ini, pola komunikasi

penggunaan LINE *sticker* yang digunakan oleh penggunanya untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan menggunakan aplikasi LINE. Sehingga, penelitian ini diberi judul “**POLA KOMUNIKASI PENGGUNAAN LINE STICKER DALAM KOMUNIKASI ANTARPRIBADI (Studi Deskriptif pada LINE Sticker)**”.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan masalah sehingga tidak semakin meluas. Peneliti memfokuskan penelitian pada “Pola penggunaan LINE *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE”. Dari fokus tersebut, dapat identifikasi pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Apa motif penggunaan *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE?
2. Apa hambatan komunikasi ketika menggunakan *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE?
3. Bagaimana pola penggunaan LINE *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE?

Berdasarkan fokus di atas, diharapkan pertanyaan pada poin (1) dan (2) akan menjawab pertanyaan pada poin (3) yang pada akhirnya dapat menghasilkan pola penggunaan LINE *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE.

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan penjabaran fokus penelitian di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan pola penggunaan LINE *sticker* dalam komunikasi antarpribadi penggunanya melalui:

1. Mendeskripsikan motif penggunaan LINE *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE.

2. Mendeskripsikan hambatan ketika menggunakan LINE *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE.
3. Mendeskripsikan dan menggambarkan pola penggunaan LINE *sticker* dalam komunikasi antarpribadi pengguna aplikasi LINE.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Bidang Akademis

Secara akademis, penelitian ini memiliki kontribusi pada pengembangan kajian ilmiah mengenai penggunaan *emoticon* berupa *sticker* yang masih belum banyak disinggung dalam penelitian komunikasi. Berikut ini adalah manfaat yang diharapkan dapat dirasakan dalam bidang akademis:

1. Kontribusi bagi Ilmu Komunikasi dalam menambah pengetahuan tentang hubungan antarpribadi melalui media dan penggunaan *emoticon*, khususnya *sticker*.
2. Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi untuk pengembangan model pendekatan yang paling tepat digunakan untuk mengkaji penggunaan *emoticon*, khususnya *sticker* yang memiliki ekspresi lebih banyak dan penggambaran manusia yang lebih nyata dibanding dengan *emoticon* biasa.

1.4.2. Bidang Praktis

Berikut ini adalah manfaat yang diharapkan dapat dirasakan oleh peneliti sendiri, oleh dosen, maupun oleh subjek dalam penelitian ini:

1. Akan berguna sebagai penambah wawasan dan pengetahuan pembaca tentang penggunaan *emoticon*, khususnya *sticker* dalam hubungan antarpribadi yang bermedia serta dapat menjadi literatur serta acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait penggunaan *emoticon* atau *sticker*.
2. Bagi peneliti, dapat meningkatkan meningkatkan kemampuan berpikir secara sistematis untuk menghadapi jenjang pendidikan yang lebih tinggi kedepannya.

3. Bagi dosen, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi maupun sumber rujukan tentang pembelajaran mengenai pola komunikasi antarpribadi melalui penggunaan LINE *sticker*.
4. Bagi pengguna LINE *sticker*, dapat digunakan sebagai tambahan wawasan mengenai hambatan-hambatan dalam penggunaan LINE *sticker* melalui pola komunikasi yang terbentuk ketika menggunakan LINE *sticker* untuk mengekspresikan dirinya.

1.5. Tahap Penelitian

Untuk melaksanakan sebuah penelitian kualitatif, diperlukan tahapan penelitian. Menurut Lexy J. Moleong dalam Almanshur dan Ghony (2012: 144-157), tahapan penelitian terdiri atas tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data. Seperti yang diungkapkan Moleong di atas, maka peneliti menetapkan beberapa tahapan dalam penelitian ini, yaitu tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data dengan masing-masing penjelasan sebagai berikut:

1. Tahap Pra-Lapangan

Pada tahap pra-lapangan ini ada enam kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti, dan pada tahap ini perlu suatu pemahaman yang baik tentang etika penelitian lapangan. Kegiatan dan pertimbangan dalam tahap pra-lapangan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Menyusun rancangan penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti merancang sebuah penelitian kualitatif. Pertama, menentukan topik untuk diangkat menjadi sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat topik tentang penggunaan simbol *virtual sticker* yang beberapa waktu ini meramaikan aplikasi-aplikasi pesan cepat di *smartphone*. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah LINE *sticker* yang ada pada aplikasi LINE. Setelah menemukan topik yang tepat dan masalah yang akan dibahas, tahap selanjutnya adalah mencari teori yang berhubungan dengan topik dan masalah. Penelitian ini akan dilakukan pada beberapa mahasiswa

Telkom University dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

b. Memilih lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bandung, jalan Terusan Buah Batu. Tepatnya, di jalan Telekomunikasi, kampus Universitas Telkom, Bandung Tehcnoplex. Pemilihan lokasi penelitian disesuaikan dengan tempat tinggal peneliti dan beberapa narasumber.

c. Memilih dan memanfaatkan narasumber

Melakukan pemilihan informan didasarkan pada satu syarat penting, yaitu informan tersebut memiliki akun aplikasi LINE dan sering menggunakan LINE *sticker*.

d. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Perlengkapan penelitian yang disiapkan oleh peneliti adalah, komputer dan *audio recorder*.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Dalam tahap ini, hal yang pertama kali peneliti lakukan adalah memahami kembali latar penelitian dan persiapan diri baik itu secara fisik maupun mental. Dalam tahap ini peneliti menentukan peran peneliti sebagai peneliti yang dikenal atau peneliti yang tidak dikenal. Peneliti menetapkan bahwa hubungan peneliti dengan subjek harus terjalin akrab. Peran peneliti dalam penelitian ini disebut juga dengan observasi partisipatif. Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan narasumber. Disamping itu juga melakukan observasi pada *chat history* narasumber untuk dapat mengumpulkan data primer sebagai bahan analisis data. Dalam wawancara maupun observasi, peneliti melakukan pencatatan yang dianggap dapat menjadi informasi penting bagi penelitian ini. Tidak hanya itu, peneliti juga melakukan pemahaman atas teori-teori (studi pustaka) yang dipakai dalam penelitian ini.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, semua data sudah harus terkumpul, baik itu data primer maupun data sekunder. Setelah semua data terkumpul, peneliti melakukan

analisis data dengan pendekatan interkasi simbolik. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan membuat kesimpulan/verifikasi. Setelah data dianalisis, peneliti membuat suatu kesimpulan yang kuat berdasarkan hasil analisis yang telah penulis lakukan sebelumnya.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di jalan Mangga Dua No. 90 RT 004/RW 001, Desa Sukapura, Kecamatan Dayeuh Kolot, Terusan Buah Batu, Kabupaten Bandung sebagai tempat peneliti melaksanakan pengamatan pada *chat history* para narasumber dan di kampus atau di kamar kos narasumber sebagai tempat peneliti melaksanakan wawancara mendalam dengan para narasumber.

1.6.2. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian ini adalah tujuh bulan. Dimulai dari bulan September 2013 – Maret 2014 dengan rincian sebagai berikut dalam Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan (2013-2014)								
		9	10	11	12	1	2	3	4	5
1.	Penyusunan Proposal Skripsi BAB I	■	■							
2.	Penyusunan Proposal Skripsi BAB II		■	■						
3.	Penyusunan Proposal Skripsi BAB III			■						
2.	Sidang Proposal Skripsi				■					
3.	Pengumpulan Data Sekunder (Observasi)			■	■	■	■	■		
4.	Pengumpulan Data Primer					■	■	■		

5.	Analisis Data									
6.	Hasil Analisis Data									
7.	Pengajuan Sidang Skripsi									
8.	Sidang Skripsi									

Sumber: Hasil Olahan Peneliti