**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari kata latin *Communication* dan juga berasal dari kata lain yaitu *Communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, disini maksudnya adalah sama dalam pemaknaanya. Kesamaan bahasa yang diguakan dalam percakapan itu belu tentu menimbulkan kesamaan makna. Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Hubungan anatara mereka bersifat komunikatif. Sebaliknya, jika orang-orang tersebut tidak mengerti, komunikasi tidak berlangsung. Maka hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif.

 Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat efektif menurut Effendy bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan Laswell dalam karyanya, ***The Structure and function of communication in society***. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut : who says, what in which Channel, to whom, with what effect? (1994:10).

 Hakikat komunikasi menurut **Onong Uchjana Effendi** adalah :

**Proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya (Effendy, 2003:28)**

**Belerson** dan stainer dalam karyanya “ **Human Behaviour**” seperti dikutip oleh **Effendy** dalam bukunya K**omunikasi teori dan Praktek** mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

**Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampianlah yang biasanya dinamakan komunikasi. (1992:48).**

 Berbagai literatur, dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi berlangsung antara manusia, dan dapat pahami bahwa inti dari sebuah komunikasi adalah adanya komunikator (penyampaian pesan), pesan (informasi yang disampaikan), dan komunikan (penerima pesan) juga timbal balik (*feedback*). Sedangkan, pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari penyampianya pesan (*komunikator*) kepada penerima pesan (*komunikan*) sehingga terjadi timbal balik (*feedback*).

 Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif. **Berelson** dan **Steiner** yang dikutip **Mulyana** dalam bukunya ilmu **Komunikasi suatu pengantar** mengemukakan :

**Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan dan proses transmisi itulah yang disebut komunikasi. (2001:62)**

 Jadi, dari penjelasan diatas dapat di katakan bahwa komunikasi itu tidak hanya berupa ucapan saja (verbal) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, melainkan juga bisa berupa transmisi informasi, gagasan,emosi keterampilan dan juga bisa menggunakan simbol-simbol yang ada dalam kehidupan sehari-hari (non verbal). Komunikasi adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang bisa berupa tanya jawab, interaksi dengan maksud dan tujuan tertentu yang diharapkan menimbulkan *feedback* (umpan balik).

 Hal terpenting dalam komunikasi adalah aktivitas pemaknaan informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audience* terhadap informasi yang diterimanya itu. Pemaknaan terhadap informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif, artinya masing-masing pihak memiliki kapasitas untuk memaknakan informasi yang disebarkan atau diterimanya berdasarkan pada apa yang ia rasakan, ia yakini dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua pihak. Sedangkan kontekstual adalah bahwa pemaknaan itu berkaitan erat dengan kondisi waktu dan tempat dimana informasi itu ada dan dimana kedua belah pihak berada. Oleh karena itu, maka proses komunikasi memiliki dimensi yang sangat luas dalam pemaknaannya, karena dilakukan oleh subjek-objek yang beragam dan konteks sosial yang majemuk pula.

**2.2 Unsur Komunikasi**

 Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus dipahami, menurut **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Dinamika Kumunikasi** bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang di cakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

**Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan**

**Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.**

**Komunikan : Orang yang menerima pesan.**

**Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.**

**Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (2002:6)**

 Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus.

 **Harold D Laswell** menyatakan mengenai proses komunikasi di dalam kata-kata yang bersayap “Who says what to whom in what channel with what effect”

 ***Who* :** Merupakan sumber dariman gagasan untuk berkomunikasi itu dimulai. Dan selanjutnya who disini dapat pula bermakna sebagai komunikator.

 ***Says What***: Disini tidak lain adalah pesan-pesan yang disampaikannya, yang dapat berupa buah pikiran, keterangan atau pernyataan sebuah sikap.

***In What Channel*** : Adalah saluran yang menjadi medium/media dari penyampaian pesan tersebut sehingga dapat diterima oleh komunikan.

 ***To Whom*** *: Whom* disini, jelas adalah komunikan. Yaitu sasaran yang dituju oleh seorang komunikator.

 ***What effect*** : ialah bagaimanakah hasil dari komunikasi yang dilancarkan tersebut, diterimakah atau ditolak. Adakah perubahan sikap-sikap dari komunikan, berpartisipasikah dia atau sebaliknya malah menentang.

 **Mulyana** dalam buku berjudul **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. **Komunikasi verbal : Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.**
2. **komunikasi non verbal : secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata, Mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (2000:237)**

 Perilaku non verbal dapat menggantikan perilaku verbal, jadi tanpa berbicara komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi tidak menggunakan kata dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi non-verbal dengan komunikasi nonlisan. Contohnya, bahas isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi non verbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi nonvebal.

**2.2.1 Fungsi Komunikasi**

 Komunikasi memiliki beberapa fungsi, fungsi komunikasi menurut Dedi Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar dibagi menjadi empat fungsi yaitu, komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental. Keempat fungsi komunikasi tersebut bisan kita lihat dibawah ini :

1. **Fungsi komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, kelangsungan hidup, kebahagiaan dan memupuk hubungan denganorang lain.**
2. **Fungsi komunikasi ekspresif yaitu dapat dilakukan sendiri atau kelompok yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita.**
3. **Fungsi komunikasi ritual yaitu biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *riles of passage,* mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan sampai pernikahan.**
4. **Fungsi Komunikasi instrumental memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif yang berarti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta informasi yang disampaikannya akurat dan layak untuk diketahui. (2005:5)**

 Berdasarkan kutipan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu hal yang telah mendarah daging di kehidupan manusia, setiap langkah atau gerak manusia merupakan sebuah proses komunikasi. Komunikasi juga merupakan kebutuhan manusia untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya, komunikasi sangat penting dilakukan unutk membangun konsep diri dan cara bersosialisasi dengan masyarakat luas.

**2.3 Proses Komunikasi**

 Dalam sebuah komunikasi itu harus ada prosesnya terlebih dahulu. Berangkat dari paradigma **Laswell** yang dikutip **Effendy dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi** membedakan proses Komunikasi menjadi dua tahap, yaitu :

1. **Proses komunikasi secara primer. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan non verbal (kial/gesture, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagianya) yang secara lagsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan tau perasaan komunikator kepada komunikan.**
2. **Proses komunikasi sekunder. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampain pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagaia media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Karena komunikan sebagai sarana berada ditempat yang paling relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telephon, fax, surat kabar, teleksmajalah, radio, teleisi, film dsb adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat disklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb). Dan media nir massa (telephon, surat, megaphon, dsb). (1994:11-19).**

 Komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menggunakan lambang ***symbol*** baik ***verbal*** maupun ***non verbal***, dan komunikasi dapat berlangsung meskipun komunikator berada di tempat yang jauh namun namun bisa di konsumsi oleh khlayak, karena menggunakan media massa dan media massa.

**2.4 Media**

Media adalah sarana penyampaian termasuk didalamnya adalah media penyiaran (TV dan Radio), media cetak (surat kabar dan majalah), surat langsng, iklan *outdoor* dan media pendukung lainnya. Media erat kaitannya dengan iklan sehingga pola pikir masyarakat mengatakan media adalah tempat untuk beriklan. Dengan media penyampaian komunikasi seperti penawaran produk dapat disampaikan langsung kepada konsumen. Media dapat berupa media konvensionall seperti radio, TV, *billboard,* poster , koran dan majalah tetapi juga dapat berupa media *online*.

Media juga mempunyai kekuatan dan kelemahan, hal ini sangat berpengaruh terhadap komunikasi yang mereka bawa. Menurut **Duncan** pada bukunya yang berjudul ***Principle of Advertising and IMC*** berikut ini adalah kekuatan dan kelemahan masing – masing media (2005: 349)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Media  | Kekutan | Kelemahan |
| Koran | * Berwujud
* Biaya produksi rendah
* *Short lead time*
* *Reader habit*
 | * *Media waste (mass audience)*
* Menurunkan jumlah pembaca
 |
| Majalah  | * Target selektif
* Reproduksi Kualitas tinggi
* Tahan lama
 | * *Long lead time*
* *Low mass reach*
* Biaya produksi tinggi
* *Low frequency*
 |
| Televisi | * Lokal dan Nasional
* *Targeted Cable Channels*
 | * Biaya produksi tinggi
* Menganggu
 |
| Radio | * Target yang selektif
* Biaya produksi yang rendah
 | * Jangkauan terbatas
* Terbatas pada suara saja
 |
| Outdoor | * Lokal
* Langsung
 | * *Low attention*
* Reputasi buruk
* Terbatas pada jangkauan wilayah
 |
| *Direct mail* | * Sangat selektif
* Hasil dapat diukur
 | * *Long lead time*
* Biaya per pesan yang tinggi
 |
| *Internet* | * Biaya rendah
 | * Jangkauan terbatas
 |
| *Telemarketing* | * Personalisasi
* Interaksi langsung
* Hasil dapat diukur
 | * Biaya tinggi
* Menganggu
 |

**2.4.1 Media Baru (*New Media)***

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, khususnya dibidang teknologi komunikasi telah menggeser kehebatan media massa lama yang telah menjadi primadona diantara media – media lainnya sebagai penyampaian pesan. Kehadiran internet di tengah – tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya media baru (*new media).*

Menurut **Martin Lister** dalam bukuny ***New Media a Critical Instuction*** mengungkapkan bahwa :

**Istilah *new media* atau media baru lambat laun mulai dikenal pada tahun 1980. Dunia media dan komunikasi mulai terlihat berbeda dengan hadirnya media baru ini, tidak terbatas pada satu sektor atau elemen tertentu. Dalam pengertian ini, muncullah ‘media baru’ sebagai semacam fenomena yang dilihat dari sisi sosial, teknologi , dan perubahan budaya. (2009:10)**

Proses kemajuan terhadap media ini bersifat sentrl bagi pemahaman tentang mediamorfosis. Menurut **Fidler** dalam bukunya **Mediamorfosis** menyatakan :

**Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. (2003:35).**

Media baru tidak mucul begitu saja dan terlepas dari yang lain, semuanya muncul secara bertahap dari metamorfosis media terdahulu. Ketika bentuk - bentuk yang baru mulai muncul, bentuk – bentuk terdahulu cenderung beradaptasi dan terus berkembang bukan mati.

Media baru ini sesungguhnya merujuk pada berbagai perubahan mendalam media produksi, distribusi dan penggunaan. Ini adalah perubahan teknologi, tekstual, konvensional dan budaya. Mengingat hal ini, tetap diakui bahwa sejak abad pertengahan 1980-an sejumlah konsep kedepan yang menawarkan untuk menentukan karakteristik kunci dari bidang media baru secara keseluruhan.

Istilah baru dalam wacana tentang media baru ini adalah digital , interaktif , *hypertextual,* jaringan dan stimulasi. Beberapa contoh seperti internet , *website,* komputer, multimedia , permainan komputer, CD- ROOMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku atau publikasi berbasis kertas. Sudah jelas bahwa *new media* atau media baru adalah media yang berbasis teknologi komputer , kemajuan teknologinya baik dari segi *hardware* dan *software.*

Media baru juga merupakan bagian dari *cyberculture,* implikasi dari perkembangan teknologi dunia maya sebagai perpanjangan indera manusia menyebabkan lahirnya perilaku baru/ sosiologi, dan budaya yang berhubungan dengan penggunaan teknologi dunia maya.

Pada mulanya internet dikembangkan oleh Pentagon, pada tahun 1960- an internet merupakan sistem hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan komputer yang dihubungkan melalui modern dan jalur telepon.

Internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun hal tersebut tergantung dari apa yang dilihat oleh pengguna internet dari keanekaragaman sumber informasi yang tersedia. Dengan ditemukannya mesin pencari (*Search Engine)* seperti *google, yahoo,* maka hal tersebut menjadi semakin mudah untuk dilakukan. Pada tahun 1990, seorang ilmuan Eropa mengembangkan *World Wide Web* (WWW) atau biasa yang kita kenal dengan *website. Website* merupakan halaman – halaman informasi yang berbentuk teks, grafik dan *hypetext.* Informasi yang diletakan di WWW disebut *homepage.* Setiap *homepage* mempunyai alamatnya sendiri – sendiri. Informasi yang disajikan dalam *website* bukan hanya berupa teks, tetapi juga berupa menggambar bahkan multimedia.

Internet menjadi sebuah revolusi dari komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta memberikan banyak kemudahan bagi individu maupun organisasi dalam menyampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih cepat dan lebih luas jangkauannya.

**2.4.2 Internet (Interconnection Networking)**

Definisi Internet

Munculnya internet telah menyedot perhatian membawa perubahan yang cukup mendalam, terutama cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Setiap orang saat ini bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah dan biaya yang sangat terjangkau dengan orang lain diseluruh penjuru dunia. Penyebaran informasi ini bisa dilakukan dengan jangkauan dunia. Seolah – olah dunia yang tanpa batas, tanpa batasan fisik daerah , dan batas waktu. Aktifitas – aktifitas terus berjalan tanpa mengenal waktu. Ketika waktu bergeser ke belahan dunia yang lain, teknologi informasi ini adalah jaringan yang sangat diandalkan oleh setiap orang untuk berkomunikasi dengan rekannya.

Menurut Tjipto dan Santosa (2001) dalam bukunya strategi riset lewat internet dalam hal daya tarik menarik komunikasi, internet menawarkan kemampuan berkomunikasi secara elektronik (via e-mail dan chatting) yang relatif mudah dan dapat diakses selama 24 jam.

Definisi internet itu sendiri adalah hubungan sejumlah jaringan komputer dengan menggunakan standar sitem *global control protocol* internet protocol suite (TCP/IP). TCP berfungsi untuk memastikan semua hubungan kerja dengan benar. Sedangkan IP berguna untuk mentransmisikan dari komputer satu ke komputer ini.

Menurut **Bungin** Internet (Interconnection Networking) adalah :

**Jaringan komputer yang dapat menghubungan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagai media tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk konvergensi dan beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio, dan telepon. (2006:135)**

Menurut Harjono dalam media pembelajaran internet dapat pula diartikan sebagai kumpulan dari beberapa komputer, bahkan jutaan komputer diseluruh dunia yang saling berhubungan atau terkoneksi satu sama lain. Media yang digunakan bisa menggunakan kabel atau serat optik, satelit atau melalui sambungan telepon.

Dari uraian diatas dapat diartikan internet merupakan media komunikasi dan informasi modern yang dapat dimanfaatkan secara global oleh penggunanya diseluruh dunia dalam interkoneksi antar jaringan komputer yang terbentuk melalui sebuah sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaan dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh jarak , waktu dan faktor geografis. Koneksi internet ini sendiri dapat dilakukan komputer pribadi maupun jaringan LAN/WAN.

Definisi LAN/WAN menurut **Nugroho** adalah :

1. **LAN (Local Area Network) suatu jaringan yang terbentuk dengan menghubungkan beberapa komputer – komputer yang berdekatan yang berada pada suatu ruang atau gedung yang terkoneksi ke internet Gateway.**
2. **WAN (Wide Area Network) adalah format jaringan dimana suatu komputer dihubungkan dengan yang lainnya melalui sambungan telepon. Data terkirim dan diterima oleh atau dari suatu komputer ke komputer lainnya lewat sambungan telepon. Konektor komputer dengan telepon adalah menggunakan modern (Modulator, Demulator). (2008:44)**

Internet merupakan perpustakaan multimedia yang sangat lengkap , bahkan dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya), dikatakan begitu karena hampir seluruh informasi dibidang ilmu pengetahuan ada dalam internet, seperti bisnis, hiburan, lembaga pemerintah dan swasta dari seluruh negara. Khusus dalam bidang pendidikan , pengguna dapat memperoleh informasi mengenai universitas institusi, akademik, lembaga pendidikan, museum, perpustakaan , data biografi, (buku, jurnal dsb), serta seminar dan pertemuan ilmiah lainnya yang sedang berlangsung dan yang akan diselenggarakan, yang paling penting adalah bahwa informasi diinternet setiap harinya bertambah dengan jumlah yang sangat banyak dan informasi yang disuguhkan selalu cepat dan *uptodate.*

* + 1. **Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pakar psikologi memandang dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima oleh pancaindra kemudian diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam sebuah tindakan.

Media sosial adalah media online yang didisin untuk memudahkan para pengguna berinteraksi, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dll. Media ini berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebara informasi yang sebelumnya bersifat broadcast media monoluge (satu ke banyak audiens). Media sosial mendukung terciptanya demokrasi informasi dan ilmu pengetahuan. Media ini merupakan salah satu dari kemunculan new media. Dalam media sosial individu maupun kelompok saling berinteraksi secara online melalui internet. Media sosial tidak hanya digunakan individu saja, jaringan ini mulai digunakan juga oleh organisasi, lembaga dan perusahaan besar maupun kecil.

Media sosial dalam buku ***Communication In Our Lives,* Julia T Woods** dikatakan bahwa : ***Blogs open new possibilities for interacting and building community* (2009:316)**. Yang dimaksud oleh Julia adalah Media sosial membangun banyak kemungkinan mengenai interaksi didalamnya dan juga kemampuan untuk memmbuat sebuah komunitas yang baru.

**Solis** dalam bukunya ***Engage The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*** menjabarkan pengertian media sosial sebagai berikut :

***Sosial Media is...***

1. ***A platform for the socialization of media.***
2. ***The online tools that facilitate conversations.***
3. ***Connections between friends, peers, and influencers.***
4. ***Collaborations.***
5. ***The redistribution of influence.***
6. ***A call for humanizing personal and audiences and the stories that link them together.***
7. ***Compassionate.***
8. ***Words, pictures, video, chatter, audio, and also experiences, observation, opinions, news, and insights.***
9. ***An oppurnity and a privilege.***

**(Media sosial adalah a. Sebuah platform untuk media sosialisasi, b. Alat online yang memfasilitasi percakapan, c. Koneksi antara teman, rekan – rekan dan influencer, d. Kolaborasi, e. Redistribusi Pengaruh, f. Sebuah paggilan untuk memanusiakan personal, penonton, dan cerita – cerita yang menghubungkan mereka bersama – sama, g. Pengasih, h. Kata-kata , gambar , video , obrolan, audio, dan juga pengalaman, pengamatan, opini berita, dan wawasan, i. Kesempatan dan hak istimewa. (2010:36)**

Dalam definisi diatas menjabarkan beberapa unsur dalam media sosial, mulai dari fungsi media sosial hingga apa saja yang ada didalanya. Di dalamnya tentunya terdapat pesan atau informasi yang disebutkan dalam definisi diatas adalah selain berupa gambar atau video juga berupa pengalaman, pengamatan, opini, berita dan wawasan yang dapat disebarluaskan kepada individu lain yang terjaring dalam media sosial yang sama.

Media sosial memiliki aliran informasi yang tidak terbatas namun hal tersebut bisa memicu kebosanan, dikarenakan kejenuhan akan banyaknya informasi yang diterima, sehingga pada titik puncak manusia akan mencari bentuknya berbeda.

Media sosial dapat tampil dalam banyak bentuk, seperti wiki *, podcast,* forum di internet atau forum diskusi. Teknologi seperti *e-mail,* pesan instan, VoIP dan *photosharing* adalah alat yang sering digunakan. Isinya dapat berbentuk grafik, teks, foto, audio dan video. Contoh media sosial termasuk *Youtube* (tempat berbagi video dan jaringan sosial), *Facebook* (jejaring sosial), Instagram (tempat berbagi foto, video, dan jejaring sosial), *Google* (jejaring sosial dan mesin pencari), *Line* (jejaring sosial), dan lain – lainnya.

* 1. **Line**

**2.5.1 Pengertian Line**

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini kebutuhan akan teknologi terutama sosial media semakin meningkat. Adanya banyak varian aplikasi sosial media yang ditawarkan memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Salah satu aplikasi sosial media yang saat ini digemari oleh khususnya kaum muda adalah layanan aplikasi *Line*. Mengapa pada saat ini line paling banyak digemari diantara aplikasi layanan lainnya khususnya diantara anak muda Indonesia saat ini adalah karena aplikasi *Line* mempunyai banyak keunggulan-keunggulan diantara yang lainnya. Sebenarnya sebelum aplikasi *Line* ada, sudah banyak diciptakan aplikasi-aplikasi sosial media yang cukup menarik. Akan tetapi di sini aplikasi layanan *Line* muncul dan mampu menggeser nama-nama aplikasi sosial media yang terkenal sebelumnya. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki *Line* antara lain adalah line dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain. Pada layanan chatting, line telah mampu menciptakan berbagai varian stiker yang sangat menarik apalagi untuk kalangan muda. Selain itu aplikasi *Line* dapat melakukan panggilan atau menelfon dengan sesama pengguna aplikasi line secara cuma-cuma atau gratis, attachment, anda dapat melampirkan file untuk anda kirim ke teman *Line* anda seperti suara, gambar, dan lain - lain. Dapat menggunakan QR *code*. anda bisa scan QR *code* dengan aplikasi ini. QR *code* ini berfungsi untuk menambah teman di aplikasi *Line* ini. Begitu juga sebaliknya. Aplikasi line juga dapat diinstal di laptop, serta kelebihan-kelebiha banyak lainnya yang menjadikan aplikasi line menjadi aplikasi yang terfavorit.

*Line* adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti smartphone, tablet, dan komputer. *Line* difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna *Line* dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain. *Line* diklaim sebagai aplikasi pengirim pesan instan terlaris di 42 negara.

**2.5.2 Sejarah Line**

Sejarah *Line* dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama NHN Corporation. *Line* pertama kali dirilis pada Juni 2011 dan mulanya hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan Android. Setelah sukses pada kedua sistem tersebut *Line* masuk dalam sistem operasi besutan *BlackBerry*. Lalau pada tahun 2012, *Line* resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat Mac dan Windows. Kesuksesan *Line* sebagai aplikasi pengirim pesan instan terlihat dari pengguna yang mencapai 101 juta di 230 negara di dunia. *Line* menduduki posisi 1 dalam kategori aplikasi gratis di 42 negara, di antaranya Jepang, Taiwan, Spanyol, Rusia, Hong Kong, Thailand, Singapura, Malaysia, Macau, Swiss, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan lain-lain. *Line* akan membuka kantor di Indonesia secara resmi pada pertengahan 2012.

* + 1. **Logo Aplikasi *Line***



**Gambar 2.1 Logo Aplikasi *Line***

*Sumber :www.line.com Tahun 2016*

**2.6 Fenomenologi**

Berdasarkan etimologi, istilah fenomenologi berasal dari dua kata bahasa Yunani, yaitu *phenomenon* dan *logos.* Merupakan sebuah studi dalam bidang filsafat yang mempelajari manusia sebagai sebuah fenomena. Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Seperti yang dikemukakan oleh **Little John**  bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia.

Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersikap intersubyektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tetang suatu konsep atau gejala. **Natanson** menggunakan istilah fenomenologi merujuk kepada semua pandangan sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokuss untuk memahami tindakan sosial.

Ada tiga prinsip dasar fenomenologi yang disimpulkan oleh **Stanley Deetz**, yaitu :

1. **Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar. Kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengan pengalaman itu sendiri.**
2. **Makna benda terdiri dari kekuatan benda dalam kehidupan seorang. Bagaimana kita berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi kita.**
3. **Bahasa merupakan kendaraan makna. Kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu**

Teori fenomenologi menurut Alfred Schutz mengatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula yang terjadi di dalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak *(act)* atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana cara-cara yang sama sehingga kita bisa melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut.

Menurut Schutz cara mengidentifikasikan makna luar dari arus utama pengalaman adalah melalui proses tipikasi, yaitu proses pemahaman dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Maka dalam arus pengalaman dilihat dari objek tertentu pada umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Peneliti mengunakan metode fenomenologi *(phenomenological method)* yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian spesifik atau perilaku khusus. Menurut Stephen W Littlejohn yang dikutip oleh Engkus Koswara dalam metode penelitian komunikasi bahwa “*phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality”*. (Little John, 1996:204).

Maka fenomenologi menjadikan pengalaman sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi (*phenomenology)* dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa ingin tahu. Objeknya berupa gejala atau kejadian yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*concius experience).*

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala *(phenomenom)* yang bentuk jamaknya adalah *phenomena* merupakan istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelaahan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang.

 Penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa teori tersebut berusaha memperdalam pemahaman pengguna terhadap tujuan mereka dalam menggunakan media sosial *Line*. Teori ini berusaha masuk dalam keseharian dengan sedemikian rupa, sehingga pengguna mengerti bahwa apa dan bagaimana suatu pemahaman yang dikembangkan oleh teori fenomenologi yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Asumsi dari fenomenologi menurut **Litte John** adalah interpretasi dari pengalaman-pengalaman pribadi seseorang, seperti berikut ini:

**Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (Littlejohn, 2009:57)**

Juga seperti yang dikatakan oleh **Alfred Schutz** dalam **Suwarno,** bahwa inti dari pemikirannya adalah :

**Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, Schutz meletakan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman actual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku. (Suwarno 2009:18)**

Adapun studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para subyek mengenai pengalaman beserta maknanya. Sedangkan pengertian fenomena dalam studi Fenomenologi adalah pengalaman atau peristiwa yang masuk ke dalam kesadaran subjek.

Permasalahan yang peneliti angkat, melihat banyaknya remaja yang mengikuti penggunaan *Line*. Penelitian ini dilaksanakan dengan studi fenomenologi, sesuai yang dikemukakan oleh **Wilson** dalam buku **Kuswarno** yang berjudul **Fenomenologi** sebagai berikut :

**Praktik fenomenologi adalah dengan cara mengembangkan kejadian dalam suatu kajian apa yang dihasilkan pekerjaan peneliti fenomenologi melalui berbagai publikasi. Analisis fenomenologi terhadap isi budaya media massa misalnya, menerapkan unsur-unsur melalui pendekatan untuk menghasilkan pemahaman reflektif keadaan yang saling mempengaruhi dunia kehidupan audiens dan materi program. (2009:21)**

Fenomena merupakan suatu yang tampak atau muncul dengan sendirinya (hasil sintesis antara penginderaan dan bentuk konsep dari objek, sebagai tampak darinya). **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi** menyatakan fenomenologi sebagai berikut :

**Fenomeneologi merupakan ilmu mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena atau studi tentang fenomena yang tampak di depan kita dan bagaimana menampakanya.**

Sebutan fenomenologis berarti studi tentang cara dimana fenomena hal – hal yang kita sadari muncul kepada kita, dan cara yang paling mendasar dari pemunculannya adalah sebagai suatu aliran pengalaman – pengalaman inderawi yang berkesinambungan yang kita terima melalui panca indera kita.

**2.7 Perilaku**

Perilaku manusia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan/atau genetika. Perilaku seseorang dikelompokkan ke dalam perilaku wajar, perilaku dapat diterima, perilaku aneh, dan perilaku menyimpang. Dalam sosiologi, perilaku dianggap sebagai sesuatu yang tidak ditujukan kepada orang lain dan oleh karenanya merupakan suatu tindakan sosial manusia yang sangat mendasar.

 Perilaku tidak boleh disalah artikan sebagai perilaku sosial, yang merupakan suatu tindakan dengan tingkat lebih tinggi, karena perilaku sosial adalah perilaku yang secara khusus ditujukan kepada orang lain. Penerimaan terhadap perilaku seseorang diukur relatif terhadap norma sosial dan diatur oleh berbagai kontrol sosial. Dalam kedokteran perilaku seseorang dan keluarganya dipelajari untuk mengidentifikasi faktor penyebab, pencetus atau yang memperberat timbulnya masalah kesehatan. Intervensi terhadap perilaku seringkali dilakukan dalam rangka penatalaksanaan yang holistik dan komprehensif. Perilaku manusia dipelajari dalam ilmu psikologi, sosiologi, ekonomi, antropologi dan kedokteran.

Perilaku manusia adalah aktivitas yang timbul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung. Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keaadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan salin sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun no fisik. perilaku juga diartikan sebagai reaksi psikis seseorang dalam terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi 2, yakni bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit), dan dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit).

 Dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Menurut **Ensiklopedia Amerika**, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa semua perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu juga.

 Menurut **Robert Y.Kwick (1972)** menyatakan bahwa perilaku adalah tindakan atau perbuatan suatu organisme yang dapat diamati dan bahkan dipelajari. Sedangkan menurut **Louise Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood** perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak *(unfavorable*) pada objek tersebut.

 Dalam pandangan Humanisme, seperti yang disampaikan oleh **Carl Rogers** dalam buku **Psikologi Komunikasi** karangan **Jalaluddin Rakhmat, Manusia berperilaku untuk mempertahankan, meningkatkan, dan mengaktualisasi diri (2004:32).** Perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor-faktor dari dalam individu (faktor personal) dan dari luar individu (faktor situasional).

 Terdapat beberapa definisi perilaku menurut para ahli, yaitu:

1. **PETTY COCOPIO mendefinisikan bahwa perilaku adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, obyek atau issue.**
2. **SOEKIDJO NOTOATMOJO, perilaku adalah reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek.**
3. **HERI PURWANTO, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecendrungan untuk bertindak sesuai sikap objek tadi.**

**2.8 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Seseorang**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang diantaranya adalah faktor internal dan eksternal, peneliti akan memaparkan apa saja yang termasuk kedalam faktor internal dan eksternal.

**2.8.1 Faktor Internal**

 Tingkah laku manusia adalah corak kegiatan yang sangat dipengaruhi oleh faktor yang ada dalam dirinya. Faktor-faktor intern yang dimaksud antara lain jenis ras/keturunan, jenis kelamin, sifat fisik, kepribadian, bakat,dan intelegensia. Faktor-faktor tersebut akan dijelaskan secara lebih rinci seperti di bawah ini:

1) Jenis Ras/ Keturunan

 Setiap ras yang ada di dunia memperlihatkan tingkah laku yang khas. Tingkah laku khas ini berbeda pada setiap ras, karena memiliki ciri-ciri tersendiri. Ciri perilaku ras Negro antara lain bertemperamen keras, tahan menderita, menonjol dalam kegiatan olah raga. Ras Mongolid mempunyai ciri ramah, senang bergotong royong, agak tertutup/pemalu dan sering mengadakan upacara ritual. Demikian pula beberapa ras lain memiliki ciri perilaku yang berbeda pula.

2) Jenis Kelamin

 Perbedaan perilaku berdasarkan jenis kelamin antara lain cara berpakaian, melakukan pekerjaan sehari-hari, dan pembagian tugas pekerjaan. Perbedaan ini bisa dimungkikan karena faktor hormonal, struktur fisik maupun norma pembagian tugas. Wanita seringkali berperilaku berdasarkan perasaan, sedangkan orang laki-laki cenderug berperilaku atau bertindak atas pertimbangan rasional.

3) Sifat Fisik

 Kretschmer Sheldon membuat tipologi perilaku seseorang berdasarkan tipe fisiknya. Misalnya, orang yang pendek, bulat, gendut, wajah berlemak adalah tipe piknis. Orang dengan ciri demikian dikatakan senang bergaul, humoris, ramah dan banyak teman

4) Kepribadian

 Kepribadian adalah segala corak kebiasaan manusia yangterhimpun dalam dirinya yang digunakan untuk bereaksi serta menyesuaikan diri terhadap segala rangsang baik yang datang dari dalam dirinya maupun dari lingkungannya, sehingga corak dan kebiasaan itu merupakan suatu kesatuan fungsional yang khas untuk manusia itu. Dari pengertian tersebut, kepribadian seseorang jelas sangat berpengaruh terhadap perilaku sehari-harinya

5) Intelegensia

 Intelegensia adalah keseluruhan kemampuan individu untuk berpikir dan bertindak secara terarah dan efektif. Bertitik tolak dari pengertian tersebut, tingkah laku individu sangat dipengaruhi oleh intelegensia. Tingkah laku yang dipengaruhi oleh intelegensia adalah tingkah laku intelegen di mana seseorang dapat bertindak secara cepat, tepat, dan mudah terutama dalam mengambil keputusan

6) Bakat

 Bakat adalah suatu kondisi pada seseorang yang memungkinkannya dengan suatu latihan khusus mencapai suatu kecakapan, pengetahuan dan keterampilan khusus, misalnya berupa kemampuan memainkan musik, melukis, olah raga, dan sebagainya

**2.8.2 Faktor Eksternal**

1) Pendidikan

 Inti dari kegiatan pendidikan adalah proses belajar mengajar. Hasil dari proses belajar mengajar adalah seperangkat perubahan perilaku. Dengan demikian pendidikan sangat besar pengaruhnya terhadap perilaku seseorang. Seseorang yang berpendidikan tinggi akan berbeda perilakunya dengan orang yang berpendidikan rendah.

2) Agama

 Agama akan menjadikan individu bertingkah laku sesuai dengan norma dan nilai yang diajarkan oleh agama yang diyakininya.

3) Kebudayaan

 Kebudayaan diartikan sebagai kesenian, adat istiadat atauperadaban manusia. Tingkah laku seseorang dalam kebudayaan tertentu akan berbeda dengan orang yang hidup pada kebudayaan lainnya, misalnya tingkah laku orang Jawa dengan tingkah laku orang Papua.

4) Lingkungan

 Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh untuk mengubah sifat dan perilaku individu karena lingkungan itu dapat merupakan lawan atau tantangan bagi individu untuk mengatasinya. Individu terus berusaha menaklukkan lingkungan sehingga menjadi jinak dan dapat dikuasainya.

5) Sosial Ekonomi

 Status sosial ekonomi seseorang akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatantertentu, sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi perilaku seseorang.

Faktor-faktor personal yang dapat mempengaruhi perilaku manusia meliputi faktor biologis dan sosiopsikologis. Faktor-faktor biologis yang mendorong perilaku manusia, disebut juga dengan motif biologi, antara lain yang paling penting adalah kebutuhan akan makanan-minuman dan istirahat, kebutuhan seksual dan kebutuhan menjaga kelangsungan hidup dengan menghindari atau mencegah sakit dan bahaya.

 Terkait faktor-faktor sosiopsikologis, terdapat beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilaku manusia dalam proses sosialnya sebagai makhluk sosial. Karakteristik tersebut meliputi komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konatif. Komponen afektif merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Komponen ini terdiri dari motif sosiogenis, sikap, dan emosi. **Coleman** dalam buku **Psikologi Komunikasi** karangan **Jalaluddin Rakhmat**, mejelaskan motif-motif sosiogenis sebagai berikut:

1. **Motif ingin tahu, yaitu mengerti, menata dan menduga.**
2. **Motif kompetensi. Motif ini erat kaitannya dengan kebutuhan akan rasa aman.**
3. **Motif cinta. Mampu mencintai dan dicintai merupakan hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Manusia sangat membutuhkan kehangatan persahabatan, ketullusan kasih sayang, dan penerimaan orang lain.**
4. **Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas.**
5. **Kebutuhan akan nilai, kedambaan dan makna kehidupan. Manusia membutuhkan nilai-nilai untuk mengarahkannya dalam mengambil keputusan atau memberikan.**
6. **Kebutuhan akan pemenuhan diri. Hal ini dilakukan melalui : (1) mengembangkan dan menggunakan potensi-potensi kita dengan cara yang kreatif konstruktif; (2) memperkaya kualitas kehidupan dengan memperluas rentangan dan kualitas pengalaman serta pemuasan; (3) membentuk hubungan yang hangat dan berarti dengan orang-orang lain disekitar kita; serta (4) berusaha “memanusia” (1985: 38-39)**

**2.9 Komunitas**

Berkaitan dengan kehidupan sosial, ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Tetapi setidaknya definisi komunitas dapat didekati melalui; *pertama*, terbentuk dari sekelompok orang; *kedua*, saling berinteraksi secara sosial diantara anggota kelompok itu; *ketiga*, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau diantara anggota kelompok yang lain; *keempat*, adanya wilayah-wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang lain, misalnya waktu. Pada dasarnya setiap komunitas yang ada itu terbentuk dengan sendirinya, tidak ada paksaan dari pihak manapun, karena komunitas terbangun memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dalam kelompok tersebut. Suatu komunitas biasanya terbentuk karena pada beberapa individu memiliki hobi yang sama, tempat tinggal yang sama dan memiliki ketertarikan yang sama dalam beberapa hal.

Merujuk pada penjelasan Tonnies dalam bukunya *Community and Asociation* yang terbit tahun 1955 bahwa komunitas terbagi menjadi *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. *Gemeinshcaft* merujuk pada jenis komunitas yang berkarakter dimana setiap individu maupun aspek sosial yang ada pada komunitas tersebut berinteraksi secara vertikal dan horizontal, berjalan dengan stabil dalam waktu yang lama, adalah hasil dari adanya pertukaran ritual maupun simbol-simbol sebagaimana yang terjadi dalam interaksi sosial secara nyata yang dibangun *face-to-face interaction*. Inilah yang di sebut Tonnies komunitas (dalam pengertian) tradisional; dimana setiap individu membantu individu yang lain, setiap individu mengenal identitas atau informasi individu yang lain, dan ikatan yang terjalin antar-individu sangat kuat serta menjelma dalam berbagai wujud.

*Gesellschaft* adalah kebalikan dari kondisi *gemeinschaft*, disebabkan oleh semakin banyaknya urbanisasi di kota-kota besar, Tonnies menjelaskan bahwa jenis komunitas ini terbentuk dari berbagai aspek yang sangat berbeda. Setiap anggota komunitas ini memiliki kepentingan yang berbeda-beda, komitmen yang berbeda-beda, dan tidak adanya ikatan antar-individu begitu juga dengan norma dan nilai-nilai yang menjadi pengikatnya. Hubungan yang terjadi antar-individu dalam komunitas ini terjadi sangat dangkal dan lebih bersifat instrument formal belaka. Dalam *gesellschaft*, komunitas tidak berkembang secara simultan dan tidak membesar; meski anggota komunitas yang ada di dalamnya secara kuantitas berjumlah besar, sebagaimana penduduk ibukota, dan setiap individu akan bertemu denga individu lainnya setiap waktu namun hubungan yang terjalin hanyalah parsial dan sementara.

Komunitas dapat didefinisikan sebagai kelompok khusus dari orang-orang yang tinggal dalam wilayah tertentu, memiliki kebudayaan dan gaya hidup yang sama, sadar sebagai satu kesatuan, dan dapat bertindak secara kolektif dalam usaha mereka dalam mencapai tujuan. **Koentjaraningrat** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Antropologi** berpendapat bahwa suatu komunitas kecil apabila:

1. **Komunitas kecil adalah kelompok-kelompok dimana warga-warganya masih saling kenal mengenal dan saling bergaul dalam frekuensi kurang atau lebih besar.**
2. **Karena sifatnya kecil itu juga, maka antara bagian-bagian dan kelompok-kelompok khusus di dalamnya tidak ada aneka warna yang besar.**
3. **Komunitas kecil adalah pula kelompok dimana manusia dapat menghayati sebagian besar dari lapangan kehidupan secara bulat.**

Komunitas dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai kelompok sosial yang mempunyai arti perkumpulan beberapa individu. Komunitas atau kelompok sosial.

**2.9.1 Komunitas *Freeletics* Bandung**

Di Indonesia, popularitas *freeletics* mulai dikenal lewat Instagram. Andien Aisyah, publik figur yang juga penggiat segala macam olahraga ini jadi salah satu orang yang gencar mengenalkan *freeletics*. Bersama dengan tiga teman lainnya --Opaz, Ippe dan Kris. Mereka memulai komunitas *Freeletics* Jakarta pada Februari 2014.

Freeletics merupakan olahraga kebugaran yang nyaris tidak menggunakan alat apa pun. Kalaupun ada alat yang digunakan, paling hanya alat untuk menarik tubuh, atau pull up bar. Kebanyakan gerakan freeletics bisa dilakukan di rumah dengan bermodal matras sebagai alas.Minimnya alat yang dibutuhkan bisa jadi salah satu penyebab freeletics cepat populer. Dalam waktu kurang dari dua tahun saja, dari negeri asalnya, Jerman, freeletics merambah ke banyak negara.

Gerakan freeletics yang terbilang sederhana juga membuat olahraga ini populer di kalangan tua maupun muda. Panduan gerakan freeletics dapat diunduh di Appstore atau Google Play.Dalam aplikasi itu, ada sederet menu latihan dan gerakan lengkap beserta videonya. Jadi, Anda tak perlu merogoh kocek. Dalam aplikasi itu, misalnya, ada panduan cara jumping jack atau melompat di tempat. Anda diajarkan bagaimana cara melompat yang benar, yaitu berdiri tegak lalu mulai melompat hingga lutut sejajar 180%, lalu diulangi secara terus-menerus.

Di Indonesia, situs media sosial turut mengangkat freeletics. Banyak penggiat olahraga ini yang memasang foto mereka di Instagram. Pada 2014, penggiat freeletics membentuk Komunitas Freeletics Indonesia (KFI). Menurunkan berat badan Josephine Inggri Ayuningtyas, Media Relations KFI mengatakan, anggota komunitas itu berasal dari berbagai latar belakang, mulai ibu rumahtangga, pekerja hingga pengusaha. Anggotanya menyebar di Jakarta, Sukabumi, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Samarinda, Bali, dan Makassar. Anggota KFI Jakarta lebih dari 200 orang.

Kota kembang Bandung menjadi salah satu tempat dimana komunitas *freeletics* sangat aktif dalam mengikuti perkembangan dari olahraga ini. Pendiri dari komunitas *freeletics* Bandung adalah Ardi Darmawan dan enam orang temannya. Komunitas ini berdiri pada tahun 2015 dan memiliki anggota pada awalnya 30 orang dan hingga saat ini komunitas ini memiliki 435 anggota yang tersebar di kota Bandung. Komunitas ini selalu berkumpul dan latihan di Gor Safarua Bandung. Setiap hari senin dan kamis jam 7 malam. Komunitas ini menjadi salah satu komunitas yang aktif menggunakan media sosial *Line.*  Semua aktifitas dan kumpulan anggotanya ada di media sosial *Line.*

Komunitas ini selalu melakukan kegiatan setiap malam hari di Gor Safarua Bandung. Tidak hanya itu perekrutan dari setiap anggotanya menggunakan aplikasi *Line.* Barang siapa yang masuk ke grup maka tentunya harus memiliki aplikasi *Line.* Banyak sekali hal – hal yang positif yang di lakukan oleh komunitas ini dengan menyampaikan informasi – informasi kesehatan melalui media *Line,* informasi gerakan – gerakan terbaru dalam latihan, menginfromasikan adanya kegitan – kegiatan di luar komunitas yang berhubungan dengan olahraga dan gaya hidup yang sehat.