

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Untuk penyusunan penelitian ini, peneliti mengambil dari berbagai sumber sebagai referensi. Mulai dari buku, jurnal hingga mencari di Internet. Peneliti juga menemukan beberapa acuan dari peneliti – peneliti terdahulu sebagai perbandingan dengan penelitian ini.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa literature yang berkaitan dan di anggap mampu menunjang penulisan skripsi, seperti skripsi milik Diandra Teviani yang berjudul *FENOMENA PENGGUNAAN WHATSAPP DI KALANGAN MAHASISWA DI KOTA BANDUNG dalam tulisannya diandra berpendapat bahwa* para Whatsapp memaknai media sosial tersebut sebagai tempat untuk kemudahan , berkomunikasi , promosi, menambah teman dan untuk eksistensi diri. Para pengguna memiliki motif yaitu mengikuti perkembangan zaman dan ingin lebih dekat dengan teman yang ada. Komunikasi yang terjalin setelah mahasiswa menggunakan Whatsapp adalah jadi lancar, lebih mudah dan membuat mereka lebih mengenali teman dekatnya. Seorang pengguna dalam sebuah aplikasi chatting bersifat bebas dalam memasukan konten apapun ke dalam akunnya, apa yang ingin pengguna lakukan semua bisa di ekspresikan di sosial media. Aplikasi chatting Whatsapp sangat populer saat ini terlebih lagi

dikarenakan para pengguna sudah mulai bosan dengan aplikasi chatting yang membutuhkan sinyal yang tinggi untuk mengirim pesan. Aplikasi chatting Whatsapp merupakan aplikasi yang sangat unik, dengan tampilan yang sederhana, dan tanpa memakan kuota internet yang banyak, tidak seperti aplikasi chatting yang lainnya. Trend aplikasi chatting Whatsapp adalah sebuah Fenomena baru yang luar biasa akan tetapi banyak permasalahan di dalamnya dimana peneliti menghawatirkan wajah Indonesia sebagai negara yang sangat konsumtif dalam penggunaan media sosial.

Yang menjadi acuan berikutnya merupakan sebuah skripsi yang ditulis oleh Ida Sanjaya yang berjudul PEMANFAATAN “WHATSAPP MESSENGER” SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PADA REMAJA AKHIR. Ida berpendapat bahwa Seseorang yang menggunakan Whatsapp dapat mensinkronisasi dengan jejaring sosial yang digunakan (facebook, twitter, dll) sehingga dapat terhubung dengan pengguna Whatsapp lainnya. Maka pengguna dapat terhubung dengan pengguna lain dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Whatsapp Messenger. Aplikasi Whatsapp dapat juga digunakan sebagai sarana komunikasi antar pribadi antara pengguna tersebut terhadap pengguna lainnya. Jika ingin menggunakan Whatsapp dalam konteks pribadi, maka pengguna dapat menyimpan nomor telepon pengguna lainnya sehingga pengguna dapat saling terhubung. Seseorang cenderung lebih memanfaatkan media komunikasi layaknya Whatsapp sebagai media yang lebih simpel dan efisien untuk saling bertukar informasi dengan pengguna lainnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
<p>Diandra Teviani, 2012 <i>Fenomena Penggunaan Whatsapp di Kalangan Mahasiwa Di Kota Bandung.</i></p>	<p>Peneliti menarik kesimpulan bahwa para mahasiswa pengguna Whatsapp memaknai media sosial tersebut sebagai tempat untuk kemudahan , berkomunikasi , promosi, menambah teman dan untuk eksistensi diri. Komunikasi yang terjalin setelah mahasiswa menggunakan Whatsapp adalah jadi lancar, lebih mudah dan membuat mereka lebih mengenali teman dekatnya</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Peneliti bersama dengan peneliti terlebih dahulu sama-sama meneliti mengenai media social Whatsapp untuk sarana komunikasi</p>	<p>Perbedaan yang terdapat dalam peneliti dan peneliti terlebih dahulu adalah subjek dan objek yang diteliti. Serta teori yang yang diterapkan peneliti terdahulu adalah teori fenomenologi dari Schulz. sementara peneliti menggunakan teori penetrasi sosial dari Irwin dan Dalmas</p>
<p>Ida Sanjaya, 2012 <i>Pemanfaatan “Whatsapp Messenger” Sebagai Media</i></p>	<p>Peneliti menarik kesimpulan bahwa Seseorang cenderung lebih memanfaatkan media komunikasi layaknya</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Peneliti bersama dengan peneliti terlebih dahulu sama-sama menggunakan teori penetrasi sosial dan metode</p>	<p>Perbedaan yang terdapat dalam peneliti dan peneliti terlebih dahulu adalah subjek dan objek yang diteliti.</p>

Komunikasi Pada Remaja Akhir	Whatsapp sebagai media yang lebih simpel dan efisien untuk saling bertukar informasi dengan pengguna lainnya.		deskriptif kualitatif.	
------------------------------	---	--	------------------------	--

Sumber : Olahan Peneliti

2.2. Kerangka Konseptual

Secara umum, pengertian media sosial adalah media online yang mendukung adanya interaksi sosial. Sosial media atau media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah suatu komunikasi ke dalam dialog interaktif. Beberapa contoh-contoh situs media sosial yang sangat populer saat ini adalah *Facebook*, *Twitter*, *whatsapp*, *Line* dan sejenisnya.

Media Sosial WhatsApp atau yang biasa disingkat WA sudah menjadi sarana berkomunikasi yang populer saat ini. Di Indonesia pertumbuhan WhatsApp termasuk yang paling tinggi. Berdasarkan hasil pengamatan, rata-rata orang yang memiliki WhatsApp, memiliki grup WhatsApp, dan ada yang bertahan untuk tetap berada dalam suatu grup WhatsApp tertentu. Atas hal tersebut, peneliti tertarik untuk memahami loyalitas peserta grup WhatsApp.

WhatsApp cenderung digunakan untuk membentuk hubungan sosial dengan orang-orang yang diinginkannya, serta untuk menemukan teman-teman yang juga sama-sama menggunakan aplikasi tersebut untuk bersosialisasi.

WhatsApp mempunyai beberapa fitur, yakni : Mengirim pesan teks, Mengirim foto dari galeri ataupun dari kamera, Mengirim video, Mengirimkan berkas-berkas kantor atau yang lainnya, Menelpon melalui suara, termasuk mengirim pesan suara Anda yang dapat didengarkan oleh penerima setiap saat, Berbagi lokasi memanfaatkan GPS, Mengirimkan kartu kontak, WhatsApp juga mendukung beberapa emoji, namun untuk stiker, WhatsApp tergolong minimalis. Berbeda dengan LINE yang lebih getol mengembangkannya. Di WhatsApp, pengguna juga dapat mengatur panel profilnya sendiri, terdiri dari nama, foto, status serta beberapa alat pengaturan privasi untuk melindungi profil dan juga alat bantuan untuk membackup pesan, mengubah nomor akun dan melakukan pembayaran. WhatsApp ini akan menjadi aplikasi berbayar setelah setahun digunakan, biayanya hanya Rp 12.000 per tahunnya.

Komunikasi sangatlah dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Manusia saling bertukar informasi melalui berkomunikasi kepada masing-masing individu yang dituju. Budaya berkomunikasi akan berpengaruh terhadap cara manusia melakukannya. Komunikasi itu sendiri dapat mengubah budaya dalam masyarakat. Dunia semakin cepat berubah, dalam dua dasa warsa terakhir perkembangan teknologi sudah demikian pesatnya memberikan dampaknya yang menyentuh segala aspek kehidupan manusia.

Dalam perkembangan terakhir di mana dunia informasi menjadi sangat penting dalam aspek kehidupan manusia, maka komunikasi pun akhirnya tidak dapat ditawar lagi dan menjadi bagian yang sangat penting dalam melengkapi kehidupan manusia. Perkembangan teknologi komunikasi kini sudah sangat pesat, serta perkembangan teknologi dalam beberapa aspek sudah mengubah pola kehidupan masyarakat. Contoh nyata hasil perkembangan teknologi komunikasi ialah munculnya telepon genggam atau lebih dikenal umum disebut handphone. Pada masa saat ini penggunaan telepon genggam bukanlah hal aneh karena hampir penduduk Indonesia sudah menggunakan telepon genggam dalam kesehariannya.

Namun alat komunikasi jarak jauh tersebut juga mengalami kemajuan teknologi yang sangat pesat. Telepon genggam sudah beralih fungsi dari alat komunikasi jarak jauh menjadi sebuah benda yang sangat pintar yang dapat digunakan berbagai macam hal oleh penggunanya. Dalam era masa kini telepon genggam disebut menjadi smartphone, alat yang dapat digunakan banyak hal selain untuk berbicara jarak jauh maupun mengirim pesan singkat dengan berbagai aplikasi yang tersedia di smartphone.

2.3. Kerangka Teoritis

Dalam upaya menganalisis Penggunaan Group Chat Whatsapp, peneliti meneliti bagaimana interaksi berkomunikasi di masyarakat. Komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi massa.

2.3.1. Komunikasi Massa

Pengertian Komunikasi Massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (Media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, terpencar, sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu. Selain itu pesan yang disampaikan cenderung terbuka dan mencapai khalayak dengan serentak. Menurut **Charles R. Wright** menyatakan Komunikasi massa berfungsi untuk kegiatan penyelidikan (*surveillance*), kegiatan mengkorelasikan, yaitu menghubungkan satu kejadian dengan fakta yang lain dan menarik kesimpulan, selain itu juga berfungsi sebagai sarana hiburan.

Sedangkan **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** memberikan pengertian bahwa komunikasi massa adalah :

Pengertian komunikasi massa pada satu sisi adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada public secara luas dan pada sisi lain diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan *anonym* melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (2005 : 31)

Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu.

2.3.1.1. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Sean MacBridge** dan dikutip oleh **Widjaja** di dalam karyanya yang berjudul **Komunikasi dan Hubungan Masyarakat**, yaitu :

- 1) **Fungsi informasi**
- 2) **Fungsi sosialisasi**
- 3) **Fungsi motivasi**
- 4) **Fungsi diskusi atau perdebatan**
- 5) **Fungsi pendidikan**
- 6) **Fungsi memajukan kebudayaan**
- 7) **Fungsi hiburan**
- 8) **Fungsi integrasi (1993 : 25)**

Khalayak yang terlibat dalam komunikasi massa sangat luas sehingga dampak atau efek yang dihasilkan dalam proses berlangsungnya komunikasi bermanfaat bagi khalayak. Berikut fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut **Elvinaro** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** :

1. **Surveillance (Pengawasan)**
Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: **Warning or beware surveillance** (pengawasan peringatan); **Instrumental surveillance** (pengawasan instrumental).
2. **Interpretation (Penafsiran)**
Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih atau memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.
3. **Linkage (Pertalian)**
Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membantuk linkage (pertalian)

berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. **Transmission Of Values (Penyebaran Nilai-Nilai)**
Fungsi ini juga disebut *sosialitation* (sosialisasi), sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca.
5. **Entertainment (Hiburan) (2005:15-17)**

2.3.1.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Melalui definisi mengenai komunikasi massa kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersonal dan komunikasi kelompok. Perbedaannya terdapat dalam komponen – komponen yang terlibat didalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Adapun karakteristik dari komunikasi massa sendiri menurut Ardianto (2007) dalam bukunya *Komunikasi Massa* dapat diuraikan masing-masing sebagai berikut :

1. Komunikator Terlembagakan
2. Pesan Bersifat Umum
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen
4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan
5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan
6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah
7. Stimulasi Alat Indra Terbatas
8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Karakteristik komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Karena komunikasi massa merupakan lembaga organisasi jadi komunikator dalam komunikasi massa merupakan orang – orang yang bekerja di media cetak atau elektronik. Komunikasi massa itu juga bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Selain anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak harus selalu kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting, bagaimana seseorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut

Komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersonal. Dalam kata lain komunikasi massa bersifat satu arah. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra pengelihatan dan pendengaran

Dalam proses komunikasi massa, umpan baliknya bersifat (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya.

2.3.2 Media Massa

Pusat studi mengenai komunikasi massa adalah media. Media adalah organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Media juga diartikan sebagai alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan, meneruskan atau menyebarkan pesannya agar dapat sampai kepada komunikan (khalayak).

Media massa menurut **Kuswandi** di dalam buku, **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi** adalah :

Sarana komunikasi dalam kehidupan manusia yang mempunyai kemampuan untuk mengungkapkan aspirasi antar manusia secara universal berbagai isi pesan. (1996 : 110)

Cangara menjelaskan tentang definisi media massa dalam karyanya, **Pengantar Ilmu Komunikasi**, yakni :

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, televisi, radio dan film. (1998 : 22)

Media tersebut sangatlah banyak ragam dan bentuknya, media massa terbagi menjadi dua yang dikatakan **Kuswandi** di dalam buku, **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media televisi** :

1. **Media masa cetak : surat kabar, majalah, dll.**
2. **Media elektronik : radio, televise, film. (1996 : 98)**

Ada beberapa unsur penting dalam media massa yang dikatakan **Kuswandi** di buku **Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi**, yakni :

1. **Adanya sumber informasi**
2. **Isi pesan (informasi)**
3. **Saluran informasi (media)**
4. **Khalayak sasaran (masyarakat)**
5. **Umpan balik khalayak sasaran. (1996 : 98)**

Media massa juga memiliki beberapa karakteristik, hal ini terdapat pada karya **Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi**, sebagai berikut :

1. **Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada pengolahan informasi.**
2. **Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu atau tertunda.**

3. **Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak luas secara simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.**
4. **Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti audio, televisi, surat kabar dan semacamnya.**
5. **Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa. (1998 : 126)**

2.3.2.1. Fungsi Media Massa

Media massa pada dasarnya media massa memiliki 4 fungsi yaitu memberikan informasi, memberikan pendidikan, menghibur dan mempengaruhi khalayak. Berikut merupakan penjelasan dari fungsi media menurut Effendy (2006) dalam buku Komunikasi, Teori dan Praktek :

1. Fungsi memberikan informasi (*to inform*).
2. Fungsi memberikan pendidikan atau membimbing (*to educated*).
3. Fungsi menghibur (*to entertain*).
4. Fungsi mempengaruhi khalayak (*to influence*).

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingan khalayak. Selain itu media massa juga merupakan sarana pendidikan bagi khalayak. Oleh karena itu, media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik.

Fungsi menghibur dari media massa bertujuan untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak dikarenakan membaca berita-berita berat atau melihat tayangan dari televisi yang mempunyai bobot ilmiah. Dan fungsi mempengaruhi khalayak dari media massa sangat penting artinya, karena hal tersebut menyebabkan media massa memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan-iklan, artikel-artikel dan sebagainya.

2.3.2.2 Efek Pesan Komunikasi Massa

Pesan pada komunikasi massa sudah pasti mempunyai efek yang sangat signifikan pada masyarakat luas. Beberapa efek pesan komunikasi massa menurut Ardianto dalam bukunya *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* adalah :

- a. Efek Kognitif**
- b. Efek Afektif**
- c. Efek Behavioral (2007:52)**

Efek kognitif yaitu efek yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Efek afektif ini berpengaruh lebih tinggi dari efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberitahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan lain sebagainya. Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

2.3.3 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah (Paramitha, 2011).

Menurut Evans (2008), media sosial selalu berubah dari waktu ke waktu sehingga memungkinkan seseorang dapat menjadi kedua pihak, yaitu penerima informasi dan juga penyebar informasi.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk berkomunikasi misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakes media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia.

2.3.3.1. Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu tempat membangun citra diri seseorang di depan orang lain. Pembangunan popularitas dan eksistensi diri inilah yang menghasilkan kepuasan tersendiri bagi kebanyakan orang (Puntoadi, 2011).

Selain itu, media sosial juga merupakan sarana yang sangat tepat untuk pemasaran. Segala kemudahan mengakses ke berbagai penjur

tempat hanya dengan melalui berbagai jenis 10 gadget memudahkan pemasar untuk berkomunikasi dan lebih dekat dengan kosumen. Segala kenyamanan yang bisa didapatkan melalui media sosial inilah yang memicu perkembangan pesat pemakaiannya (Puntoadi, 2011).

2.3.3.2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

The Graphic, Visualization and Usability Center, the Georgia Institute of Technology (dalam Michell; dalam Chairunnisa, 2010) mengkategorikan intensitas penggunaan internet ke dalam tiga kelompok, yaitu :

- 1) Light users atau pengguna dengan intensitas rendah (kurang dari 10 jam per bulan)
- 2) Medium users atau pengguna dengan intensitas sedang (10-40 jam per bulan)
- 3) Heavy users atau pengguna dengan intensitas tinggi (lebih dari 40 jam per bulan)

Intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa jauh penggunaan media sosial terintergrasi dengan perilaku sosial dan rutinitas pengguna, serta seberapa jauh koneksi emosional yang terjalin pada penggunaannya (Michael A. Jenkins-Guarnieri, 201)

2.3.3.4 Dampak positif dan negative media sosial

Di era globalisasi sekarang ini banyak sekali bermunculan social media. Bukan hanya orang dewasa saja yang menggunakan social media, bahkan pelajar sekolah dan anak-anak yang belum cukup umur juga sudah akrab dengan social media yang sekarang sedang berkembang.. Banyak dampak yang dapat ditimbulkan dari pemakaian social media, berikut ini merupakan dampak positif dan negatif sosial media :

Dampak positif :

- Untuk menghimpun keluarga, saudara, kerabat yang tersebar, dengan jejaring sosial ini sangat bermanfaat dan berperan untuk mempertemukan kembali keluarga atau kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu, kemudian lewat dunia maya hal itu bisa dilakukan.
- Sebagai media penyebaran informasi. Informasi yang *up to date* sangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut.
- Memperluas jaringan pertemanan. Dengan menggunakan jejaring sosial, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia.
- Situs jejaring sosial membuat anak dan remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati.

- Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial. Pengguna dapat belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan.
- Internet sebagai media komunikasi, setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.
- Media pertukaran data. Dengan menggunakan jaringan situs-situs web para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
- Sebagai media promosi dalam bisnis. Hal ini memungkinkan para pengusaha kecil dapat mempromosikan produk dan jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.

Dampak negatif :

- Susah bersosialisasi dengan orang sekitar. Ini disebabkan karena pengguna sosial media menjadi malas belajar berkomunikasi secara nyata. Hal ini memang benar sekali, karena saya mempunyai teman yang sangat aktif di sosial media, dia selalu memposting apa saja yang sedang dia kerjakan, namun keadaan yang berbeda 180 derajat jika bertemu secara nyata. Orang yang aktif di sosial media, jika bertemu langsung nyatanya adalah orang yang pendiam dan tidak banyak bergaul.
- Situs sosial media akan membuat seseorang lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan sekitar mereka, karena kebanyakan menghabiskan waktu di internet. Pernahkah kalian

jalan-jalan atau bepergian dengan seseorang, tetapi orang yang kalian ajak jalan malah asik dengan ponsel dan sosial mediana sendiri?

- Tertinggal dan terlupakannya bahasa formal. Karena pengguna social media lebih sering menggunakan bahasa informal dalam kesehariannya, sehingga aturan bahasa formal mereka menjadi terlupakan.
- Mengurangi kinerja. Karyawan perusahaan, pelajar, mahasiswa yang bermain media sosial pada saat sedang mengerjakan pekerjaannya akan mengurangi waktu kerja dan waktu belajar mereka.
- Berkurangnya privasi pribadi. Dalam sosial media kita bebas menuliskan dan men-share apa saja, Sering kali tanpa sadar kita mempublish hal yang seharusnya tidak perlu disampaikan ke lingkup sosial.
- Kejahatan dunia maya. Kejahatan dikenal dengan nama *cyber crime*. Kejahatan dunia maya sangatlah beragam. Diantaranya : carding, hacking, cracking, phising, dan spamming.
- Pornografi. Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela. Terkadang seseorang memposting foto yang seharusnya menjadi privasi dia sendiri di sosial media, hal ini sangat berbahaya karena bisa jadi foto yang hanya di postingnya di sosial media disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

2.3.4. Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi sebagai komunikasi yang berlangsung di antara dua orang yang mempunyai kejelasan dalam hubungan yang terjadi. Definisi ini dapat diperluas sehingga mencakup ke dalam sekelompok kecil orang, seperti anggota keluarga atau kelompok yang terdiri dari tiga orang, empat orang (Devito, 1997 : 231).

Pada hubungan komunikasi antarpribadi, komunikator membuat prediksi terhadap satu sama lain atas dasar data psikologis. Masing-masing individu mencoba mengerti bagaimana pihak lainnya bertindak sebagai individu. Pilihan pribadi dapat secara bebas dilaksanakan dalam pengembangan hubungan. Dalam situasi seperti ini komunikator memiliki banyak informasi memiliki banyak informasi mengenai kebutuhan, keinginan dan nilai-nilai pribadi satu lain.

Dalam menjalankan proses komunikasi antarpribadi, adanya lima sikap yang perlu dipertimbangkan. Menurut Devito, kelima factor tersebut sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya suatu komunikasi antarpribadi yang akhirnya dapat menumbuhkan hubungan interpersonal yang baik. Kelima sikap positif tersebut adalah keterbukaan (*openness*), empati (*emphaty*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). (Devito,1997:259).

- a. Keterbukaan (*openness*) merupakan sikap dimana seseorang dapat menerima masukan dari orang lain. Serta berkenaan menyampaikan

informasi penting kepada orang lain. Dalam keterbukaan ini, keterbukaan ini, komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan dan dua arah.

- b. Empati (*emphaty*) merupakan seseorang untuk merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain dan dapat memahami suatu persoalan dari sudut pandang orang lain melalui kaca mata orang lain.
- c. Sikap mendukung (*supportiveness*), adanya sikap saling dukung yang terjadi diantara individu dapat menciptakan hubungan pribadi yang efektif. Dimana masing-masing pihak melakukan komunikasi dengan komitmen mendukung terselenggaranya komunikasi dan interaksi secara terbuka.
- d. Sikap positif (*positiveness*) ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan berprasangka buruk dan curiga.
- e. Kesetaraan (*equality*) merupakan pengakuan bahwa masing-masing pihak memiliki kepentingan dan saling memerlukan. Hal ini dapat terwujud dengan cara menempatkan diri setara dengan orang lain, menyadari adanya kepentingan yang berbeda, tidak memaksakan kehendak.

2.3.4.1. Proses komunikasi antar pribadi

Secara bahasa proses dapat diartikan sebagai sebuah urutan pelaksanaan atau kejadian yang terjadi secara alami atau didesain dan biasanya menggunakan waktu, ruang, keahlian atau sumber daya lainnya sehingga menghasilkan suatu hasil. Suatu proses dapat dikenali oleh perubahan yang diciptakan terdapat sifat-sifat dari satu atau lebih objek di bawah pengaruhnya.

Menurut Luncaid (1987) proses adalah suatu perubahan atau rangkaian tindakan suatu peristiwa selama beberapa waktu dan yang menuju suatu hasil tertentu. Proses merupakan rangkaian tindakan maupun pembuatan serta pengolahan yang menghasilkan sesuatu. Jadi apabila suatu perbuatan mulai dari awal sampai berakhirnya suatu tindakan sehinggalah membuahkan hasil. Apabila komunikasi dipandang sebagai proses, maka menurut Sunarjo (1983) komunikasi sebagai suatu proses dapat menggambarkan suatu peristiwa atau perubahan yang susul menyusul, terus menerus dan karenanya komunikasi itu tumbuh, berubah, berganti, bergerak sampai akhir zaman.

Dalam komunikasi proses komunikasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu proses komunikasi primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian fikiran atau

perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.

2.3.4.2. Fungsi komunikasi antar pribadi

Alo liliweri menyebutkan bahwa fungsi komunikasi antar pribadi terdiri atas:

- 1) Fungsi sosial secara otomatis mempunyai fungsi sosial karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain. Adapun aspek-aspek yang terkandung dalam fungsi sosial komunikasi antar pribadi adalah:
 - a. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuhan biologis dan psikologis.
 - b. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.
 - c. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
 - d. Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri.
 - e. Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik.
- 2) Fungsi pengambilan keputusan Banyak dari keputusan yang sering diambil manusia dilakukan dengan berkomunikasi karena mendengar pendapat, saran, pengalaman, gagasan, pikiran maupun perasaan orang lain. Pengambilan keputusan meliputi:

1. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi.
2. Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain.

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi merupakan suatu action oriented , ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam diantaranya dipaparkan berikut ini:

- a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

Salah satu tujuan komunikasi adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin dan cuek.

- b. Menemukan diri sendiri

Artinya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.

- c. Menemukan dunia luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual.

d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan yang baik dengan orang lain.

e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap. Pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media). Dalam prinsip komunikasi, ketika pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan telah mendapat pengaruh dari proses komunikasi. Sebab pada dasarnya, komunikasi adalah sebuah fenomena, sebuah pengalaman. Setiap pengalaman akan memberi makna pada situasi kehidupan manusia, termasuk memberi makna tertentu terhadap kemungkinan terjadinya perubahan sikap.

f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal sekedar mencari kesenangan atau hiburan.

g. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (mis communication) dan salah interpretasi (mis interpretation) yang terjadi antar sumber dan penerima pesan. Karena dengan komunikasi interpersonal dapat dilakukan pendekatan secara langsung, menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan interpretasi.

h. Memberikan bantuan (konseling)

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya

2.3.5. Komunikasi Keluarga

Galvin dan Brommel menjelaskan, sebuah keluarga adalah sekelompok manusia yang memiliki hubungan yang akrab yang mengembangkan rasa berumah tangga dan identitas kelompok lengkap dengan ikatan yang kuat mengenai kesetiaan dan emosi dan mengalami sejarah dan menatap masa depan. Kebanyakan fungsi mengenai system keluarga merupakan produk dari komunikasi di dalam keluarga itu sendiri (Budyana & Ganiem,2001:169).

Tipe-tipe dalam sebuah keluarga bergantung pada cara-cara anggota keluarga memandang keluarga mereka sendiri berdasarkan pemikiran mereka. Cara-cara berpikir ini disebut sebagai skema hubungan.

Tipe skema keluarga tersebut, yaitu :

a. Tipe keluarga kontekstual

Tipe keluarga ini memiliki tingkat yang tinggi dan sangat menghargai komunikasi yang terbuka. Keluarga kontekstual lebih sering berbicara, namun salah satu dari orangtua umumnya berperan sebagai pembuat keputusan. Para orangtua biasanya menjadi pendengar yang baik bagi anak-anak mereka.

b. Tipe Pluralistis

Keluarga pada tipe ini akan mempunyai banyak kebebasan percakapan, tetapi pada akhirnya setiap orang akan membuat keputusan sendiri tentang apa yang harus diambil berdasarkan percakapan tersebut. Orangtua tidak merasa perlu mengendalikan anak-anak dan menilai opini merupakan kelayakan dalam setiap pengambilan keputusan.

c. Tipe Protektif

Pada keluarga ini memiliki kecenderungan percakapan yang rendah. Orangtua dalam tipe keluarga ini tidak melihat perlunya menghabiskan waktu untuk membicarakan segala sesuatu, mereka juga tidak memberikan penjelasan pada

anak-anak tentang apa yang mereka putuskan. (Little Foss,2011:289).

2.3.5.1. Faktor-faktor komunikasi Keluarga

Berkomunikasi itu tidak mudah. Terkadang seseorang dapat berkomunikasi dengan baik kepada orang lain. Dilain waktu seseorang mengeluh tidak dapat berkomunikasi dengan baik kepada orang lain. Dalam keluarga, ketika dua orang berkomunikasi, sebetulnya mereka berada dalam perbedaan untuk mencapai kesamaan pengertian dengan cara mengungkapkan dunia sendiri yang khas, megungkapkan dirinya yang tidak sama dengan siapapun. Sekalipun yang berkomunikasi ibu adalah antara suami dan istri antar ayah dan anak dan antara ibu dan anak, dan diantara anak dan anak,hanya sebagian kecil mereka itu sama-sam tahu, dan sama pandangan.

Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi komunikasi dalam keluarga, seperti yang akan diuraikan berikut ini :

1) Citra diri dan citra orang lain

Citra diri atau merasa diri, maksudnya sama saja. Ketika orang berhubungan dan berkomunikasi dengan orang lain, dua mempunyai citra diri dia merasa dirinya sebagai apa dan bagaimana. Setiap orang mempunyai gambaran-

gambaran tertentu mengenai dirinya statusnya, kelebihan dan kekurangannya. Gambaran itulah yang menentukan apa dan bagaimana ia bicara, menjadi menjaring bagi apa yang dilihatnya, didengarnya, bagaimana penilaiannya terhadap segala yang berlangsung di sekitarnya. Dengan kata lain, citra diri menentukan ekspresi dan persepsi orang.

Tidak hanya citra diri, citra orang lain juga memengaruhi cara dan kemampuan orang berkomunikasi. Orang lain mempunyai gambaran tentang khas bagi dirinya. Jika seorang ayah mencitrakan anaknya sebagai manusia yang lemah, ingusan, tak tahu apa-apa, harus diatur, maka ia berbicara secara otoriter. Akhirnya, citra diri dan citra orang lain harus saling berkaitan, saling lengkap melengkapi . perpaduan kedua citra itu menentukan gaya dan cara komunikasi.

2) Suasana psikologis

Suasana psikologis diakui mempengaruhi komunikasi. Komunikasi sulit berlangsung bila seseorang dalam keadaan sedih, bingung marah, merasa kecewa, merasa iri hati, diliputi prasangka, dan suasana psikologis lainnya.

2) Lingkungan fisik

Komunikasi dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja, dengan gaya, dan cara yang berbeda. Komunikasi yang

berlangsung dalam keluarga berbeda dengan yang terjadi di sekolah. Karena memang kedua lingkungan ini berbeda. Suasana dirumah bersifat informal, sedangkan suasana di sekolah bersifat formal. Demikian juga komunikasi yang berlangsung dalam masyarakat. Karena setiap masyarakat memiliki norma yang harus di taati, maka komunikasi yang berlangsungpun harus taat norma.

4) Kepemimpinan

Dalam keluarga seorang pemimpin mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis. Dinamika hubungan dalam keluarga dipengaruhi oleh pola kepemimpinan. Karakteristik seorang pemimpin akan menentukan pola komunikasi bagaimana yang akan berproses dalam kehidupan yang membentuk hubungan-hubungan tersebut.

5) Etika Bahasa

Dalam komunikasi verbal orang tua anak pasti menggunakan bahasa sebagai alat untuk mengekspresikan sesuatu. Pada suatu kesempatan bahasa yang dipergunakan oleh orang tua ketika secara kepada anaknya dapat mewakili suatu objek yang dibicarakan secara tepat. Tetapi dilain kesempatan, bahasa yang digunakan itu tidak mampu mewakili suatu objek yang dibicarakan secara tepat. Maka dari itu dalam berkomunikasi dituntut untuk menggunakan

bahasa yang mudah dimengerti antara komunikator dan komunikasi.

6) Perbedaan usia

Komunikasi dipengaruhi oleh usia. Itu berarti setiap orang tidak bisa berbicara sekehendak hati tanpa memperhatikan siapa yang diajak bicara. Berbicara kepada anak kecil berbeda ketika berbicara kepada remaja. Mereka mempunyai dunia masing-masing yang harus dipahami.

2.3.6. Whatsapp Messenger

Kemajuan teknologi yang pesat di bidang komunikasi telah melahirkan banyak inovasi dan gagasan baru, ide yang bertujuan untuk memudahkan proses komunikasi manusia menjadi lebih efektif. Dalam kemajuan teknologi informasi juga anda dapat berhubungan dengan orang lain tanpa ada batasan jarak dan waktu. Salah satu inovasi yang mempermudah proses komunikasi adalah telepon selular atau yang biasa disingkat dengan kata ponsel.

WhatsApp Messenger Merupakan aplikasi online chat yang kompatibel dengan beberapa jenis handphone, antara lain Iphone, Android. *WhatsApp* tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet. Jadi, di aplikasi ini sobat tak perlu khawatir soal panjang pendeknya karakter. Tidak ada batasan, selama data internet sobat memadai. Selain itu *WhatsApp* juga adalah Aplikasi Platform ringkas OS pertama yang kemunculannya sangat tepat sekali dengan memboomingnya Smartphone di seluruh dunia. Aplikasi *Whats App* ini

merupakan Aplikasi terlaris di dunia dan sering di Download oleh para pengguna SmartPhone.

2.3.6.1. Sejarah Aplikasi whatsapp

WhatsApp diciptakan pada awal tahun 2009 oleh **Ian Koum** seorang imigran Ukraina yang tinggal di Mountain View, California, yang pada satu titik dia harus mengandalkan kupon makanan untuk memenuhi kebutuhan bersama-sama dengan ibunya.

Ian Koum sekarang berusia 37 tahun dan ide awal Koum adalah untuk memberikan pengguna cara berbagi status seperti “*I am busy*” atau “*At the gym*” dengan orang-orang dalam jaringan mereka. Inilah sebabnya mengapa aplikasi ini disebut “*WhatsApp*.” **Koum** kemudian memilih nama itu karena terdengar seperti “*what’s up*” yang pada dasarnya apa tentang *app* awalnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan kontak seseorang.

WhatsApp pertama kali diluncurkan pada *iPhone* dan berjuang di awal dengan hanya beberapa orang pengguna yang menggunakannya secara aktif. Kemudian *Apple* memperkenalkan pemberitahuan push pada *iOS* di bulan Juni 2009 dan Koum menggunakan fitur baru untuk membiarkan kontak pengguna untuk nge-ping setiap kali mereka perbaharui status. Orang-orang segera mulai menggunakan fitur ini untuk berbicara dengan teman-teman dengan memperbaharui status mereka dan hampir secara tidak sengaja *WhatsApp* berubah menjadi layanan pesan (*messaging service*).

WhatsApp bukan yang pertama sebagai Platform messaging service dan menggunakan nomor telepon user untuk login, tidak seperti aplikasi pada *Skype* atau *Gtalk* dimana user register menggunakan *account*. *BBM* sebenarnya juga melakukan hal yang sama tapi hanya terbatas pada perangkat *BlackBerry*.

Sejak awal tahun 2009 *WhatsApp* menggelembung menjadi raksasa dengan memperluasnya ke aplikasi *Android*, *BlackBerry* juga platform lainnya dan terus menambahkan fitur yang baru. Sekarang **Mark Zuckerberg** turun dengan \$19 billion di atasnya atau sekitar \$ 42 per pengguna aktif.

2.3.6.2. Manfaat Whatsapp

WhatsApp menjadi aplikasi yang paling fenomenal dengan memiliki pengguna yang paling banyak di dunia, aplikasi WhatsApp mengalahkan aplikasi pesan *Blackberry Messenger* dan juga aplikasi pesan lainnya dalam hal jumlah pengguna terbanyak di dunia. Dari tingkat kepopuleran aplikasi *WhatsApp* inilah yang kemudian menjadikan *Facebook* mengakuisisi aplikasi buatan **Jan Koum** dan **Brian Acton** dengan jumlah yang fantastis yaitu sebanyak 16 Milyar Dollar AS atau sekitar 220 trilyun Rupiah.

Meskipun merupakan aplikasi pesan instan, ada yang unik dari WhatsApp, Yakni: sistem pengenalan kontak, verifikasi dan pengiriman pesan tetap dilakukan melalui nomor ponsel yang sudah terlebih dahulu didaftarkan. Cara ini berbeda dengan *BBM* yang menggunakan PIN, ataupun *LINE* yang selain nomor ponsel juga mendukung email, dan nama pengguna. Fitur-fitur Whatsapp :

1) Mengetahui Jumlah Pesan

Fitur ini bisa anda gunakan untuk mengetahui dengan siapa anda berkomunikasi di aplikasi ini. Bagi anda pengguna iOS anda bisa mengakses menu Setting - Account - Storage Usage. Nanti akan muncul daftar kontak yang pernah saling berkirim pesan dengan anda dan disertai dengan banyak jumlah pesan.

2) Mematikan Pemberitahuan Group

Sama halnya dengan BBM, fitur mute group juga dapat dinikmati didalam aplikasi WA ini. Cara mematikan pemberitahuan Group WA anda harus masuk terlebih dahulu ke dalam Group yang ingin amatikan pemberituannya, kemudian klik nama group tersebut. Setelah itu akan muncul beberapa opsi dan salah satunya adalah "Mute".

3) Last Seen

Last Seen adalah fitur untuk menyembunyikan kapan terakhir kali anda menggunakan WA. Untuk mengakses fitur ini silahkan pilih Setting - Account - Privacy kemudian Last Seen. Didalam menu ini anda bisa memilih siapa saja yang bisa melihat waktu "Last Seen" apakah semua orang, daftar kontak saja atau tidak seorang pun.

4) Cara Merubah Nomor Telepon WhatsApp

Mungkin anda pernah mengalami, ketika anda mengganti kartu baru namun yang muncul tetap nomor yang lama didalam akun WA anda.

Cara merubah nomor baru di WhatsApp sangatlah mudah, anda cukup mengakses menu Setting - Account - lalu pilih Change Number Custom Notifikasi

Fitur ini berfungsi untuk membedakan nada notifikasi (pemberitahuan) dari setiap group yang ada didalam daftar kontak WA anda. Fitur ini hanya tersedia didalam group saja. Anda bisa mengatur beberapa hal seperti nada dan juga popup notifikasi.

5) Menyimpan Foto

Untuk menghemat ruang memori ponsel, anda tidak perlu menyimpan semua file termasuk foto yang di share di WA. Untuk para pengguna iOS anda bisa mengakses menu Setting - Privacy kemudian pilih Photos tapi jangan centang kolom WhatsApp. Dengan demikian, foto yang ada di WA yang sudah di unduh tidak akan di simpan didalam galeri ponsel anda.

6) Cara Mengetahui Siapa Yang Membaca Pesan Anda di Dalam Group

Mengetahui ketika seseorang membaca pesan anda merupakan hal yang penting, khususnya didalam group. Bagi anda pengguna iOS pilih atau tekan sedikit lama pesan anda yang ada didalam group, setelah itu geser ke kiri, nah setelah itu akan muncul nama-nama orang yang telah membaca pesan anda.

7) Read Receipts

Fitur Read Receipts juga dapat berlaku untuk chat pesonal anda di WA. Apabila fitur ini tidak diaktifkan, maka teman anda tidak akan tahu apakah pesan mereka telah dibaca atau belum dan begitu pula sebaliknya.

WhatsApp juga mendukung beberapa *emoticon*, namun untuk stiker, WhatsApp tergolong minimalis. Berbeda dengan LINE yang lebih getol mengembangkannya.

Di WhatsApp, pengguna juga dapat mengatur panel profilnya sendiri, terdiri dari nama, foto, status serta beberapa alat pengaturan privasi untuk melindungi profil dan juga alat bantuan untuk membackup pesan, mengubah nomor akun dan melakukan pembayaran. WhatsApp ini akan menjadi aplikasi berbayar setelah setahun digunakan, biayanya hanya Rp 12.000 per tahunnya. Pengguna juga dapat membantu teman dengan cara membayarkan biaya berlangganan tersebut atas namanya.

2.3.6.3. Macam-macam isi pesan Whatsapp

1. Pesan informasi

Pesan informasi merupakan hal yang paling penting pada saat proses pertukaran pesan, untuk mengetahui berita-berita terkini atau ter *update*. Seseorang dapat berbagi informasi dengan keluarganya atau temannya yang memiliki aplikasi whatsapp juga. Baik informasi yang bersifat pribadi maupun yang bersifat umum.

2. Pesan pendidikan

Pesan pendidikan merupakan proses pertukaran pesan seperti tugas sekolah maupun tugas kuliah. Seseorang dapat mengirimkan data file kepada temannya melalui fitur yang ada di aplikasi whatsapp.

3. Pesan hiburan

Pesan hiburan ini merupakan isi pesan yang sifatnya menghibur , biasanya seseorang yang sedang sedih menggunakan whatsapp untuk bercerita dengan temannya. Kemudian temannya membalas dengan menghibur mengirimkan sticker yang lucu, lagu maupun video yang membuat temannya terhibur.

2.3.6.4. Dampak positif dan negatif Penggunaan Whatsapp

Dampak positif dan negatif dari penggunaan aplikasi media sosial WhatsApp tidak berbeda jauh dengan aplikasi media sosial lainnya. berikut ini merupakan dampak positif dan negatif sosial WhatsApp media

a. Dampak positif :

- Untuk menghimpun keluarga, saudara, kerabat yang tersebar, dengan jejaring sosial ini sangat bermanfaat dan berperan untuk mempertemukan kembali keluarga atau kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu, kemudian lewat dunia maya hal itu bisa dilakukan.
- Sebagai media penyebaran informasi. Informasi yang up to datesangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo

beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut.

- Memperluas jaringan pertemanan. Dengan menggunakan jejaring sosial, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia.
- Situs jejaring sosial membuat anak dan remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati.
- Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial. Pengguna dapat belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan.
- Internet sebagai media komunikasi, setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.
- Media pertukaran data. Dengan menggunakan jaringan situs-situs web para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
- Sebagai media promosi dalam bisnis. Hal ini memungkinkan para pengusaha kecil dapat mempromosikan produk dan jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.

b. Dampak negatif :

- Susah bersosialisasi dengan orang sekitar. Ini disebabkan karena pengguna sosial media menjadi malas belajar berkomunikasi secara nyata. Hal ini memang benar sekali, karena saya mempunyai teman yang sangat aktif di sosial media, dia selalu memposting apa saja yang sedang dia kerjakan,

namun keadaan yang berbeda 180 derajat jika bertemu secara nyata. Orang yang aktif di soaial media, jika bertemu langsung nyatanya adalah orang yang pendiam dan tidak banyak bergaul.

- Situs sosial media akan membuat seseorang lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan sekitar mereka, karena kebanyakan menghabiskan waktu di internet. Pernahkah kalian jalan-jalan atau bepergian dengan seseorang, tetapi orang yang kalian ajak jalan malah asik dengan ponsel dan sosial medianya sendiri?
- Tertinggal dan terlupakannya bahasa formal. Karena pengguna social media lebih sering menggunakan bahasa informal dalam kesehariannya, sehingga aturan bahasa formal mereka menjadi terlupakan.
- Mengurangi kinerja. Karyawan perusahaan, pelajar, mahasiswa yang bermain media sosial pada saat sedang mengerjakan pekerjaannya akan mengurangi waktu kerja dan waktu belajar mereka.
- Berkurangnya privasi pribadi. Dalam sosial media kita bebas menuliskan dan men-share apa saja, Sering kali tanpa sadar kita mempublish hal yang seharusnya tidak perlu disampaikan ke lingkup sosial.
- Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela. Terkadang seseorang memposting foto yang seharusnya menjadi privasi dia sendiri di sosial media, hal ini sangat berbahaya karena bisa jadi foto yang hanya di postingnya di sosial media disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan. Kerangka konsep disusun berdasarkan tinjauan pustaka dari hasil penelitian yang relevan. Bahasan mengenai penggunaan group chat whatsapp di masyarakat diterapkan dalam melihat dampak dan intensitasnya penggunaan media tersebut di desa Cibeusi.

Penelitian ini menggunakan Teori Penetrasi Sosial yang di kembangkan oleh **Irwin Altman** dan **Dalmas Taylor** melalui buku yang di kutip oleh **Joseph A. Devito** yang berjudul **Komunikasi Antar Manusia** mengungkapkan : **Kita dapat menguraikan hubungan-persahabatan, percintaan, kekeluargaan-dari segi keluasan dan kedalaman. (1973)**

Teori ini menjelaskan bahwa dalam sebuah hubungan yang dibangun, komunikasi bergerak dari tingkatan hubungan yang tidak memiliki kedekatan ke tingkatan hubungan yang memiliki kedekatan yang lebih dalam dan lebih pribadi. Semakin banyak waktu yang kita habiskan dengan orang lain, maka kita akan semakin terbuka kepada orang lain.

Selanjutnya, **Irwin Altman** dan **Dalmas Taylor** menjelaskan membahas tentang bagaimana perkembangan kedekatan dalam suatu hubungan. Menurut mereka, pada dasarnya kita akan mampu untuk berdekatan dengan seseorang yang lain sejauh kita mampu melalui proses “*gradual and orderly fashion from superficial to intimate levels of exchange as a function of both immediate and forecast outcomes.*” Penetrasi sosial secara umum membahas tentang bagaimana proses komunikasi interpersonal. Di sini dijelaskan bagaimana dalam proses

berhubungan dengan orang lain, terjadi berbagai proses gradual, di mana terjadi semacam proses adaptasi di antara keduanya.

Pada tahap awalnya, suatu hubungan biasanya di tandai dengan kesempitan, topik yang di bahas hanya sedikit dan kedangkalan. Topik yang di diskusikan secara dangkal. Jika pada permulaan hubungan topik-topik dibahas secara mendalam biasanya akan merasa ketidaknyamanan. Bila pengungkapan diri yang bersifat intim dilakukan pada tahap awal suatu hubungan, kita merasa ada yang janggal pada orang yang melakukannya. Bila hubungan berkembang ke tingkat akrab dan kuat, baik keluasan dan kedalaman meningkat, dan peningkatan ini dipandang nyaman, normal dan alamiah.

Altman dan **Taylor** mengibaratkan manusia seperti bawang merah. Maksudnya adalah pada hakikatnya manusia memiliki beberapa *layer* atau lapisan kepribadian. Jika kita mengupas kulit terluar bawang, maka kita akan menemukan lapisan kulit yang lainnya. Begitu pula kepribadian manusia.

Lapisan kulit terluar dari kepribadian manusia adalah apa-apa yang terbuka bagi publik, apa yang biasa kita perlihatkan kepada orang lain secara umum, tidak ditutup-tutupi. Dan jika kita mampu melihat lapisan yang sedikit lebih dalam lagi, maka di sana ada lapisan yang tidak terbuka bagi semua orang, lapisan kepribadian yang lebih bersifat *semiprivate*. Lapisan ini biasanya hanya terbuka bagi orang-orang tertentu saja, orang terdekat misalnya.

Dan lapisan yang paling dalam adalah wilayah *private*, di mana di dalamnya terdapat nilai-nilai, konsep diri, konflik-konflik yang belum terselesaikan, emosi yang terpendam, dan semacamnya. Lapisan ini tidak terlihat

oleh dunia luar, oleh siapapun, bahkan dari kekasih, orang tua, atau orang terdekat manapun. Akan tetapi lapisan ini adalah yang paling berdampak atau paling berperan dalam kehidupan seseorang.

Kedekatan kita terhadap orang lain, menurut Altman dan Taylor, dapat dilihat dari sejauh mana penetrasi kita terhadap lapisan-lapisan kepribadian tadi. Dengan membiarkan orang lain melakukan penetrasi terhadap lapisan kepribadian yang kita miliki artinya kita membiarkan orang tersebut untuk semakin dekat dengan kita.

Etnografi adalah uraian dan penafsiran suatu budaya atau sistem kelompok sosial. Peneliti menguji kelompok tersebut dan mempelajari pola perilaku, kebiasaan dan cara hidup. Etnografi adalah sebuah proses dan hasil dari sebuah penelitian. Sebagai sebuah proses, etnografi melibatkan pengamatan yang cukup panjang terhadap suatu kelompok, sehingga peneliti memahami betul bagaimana kehidupan keseharian subjek penelitian tersebut. Menurut **Clifford geertz**, dalam bukunya yang berjudul *The Interpretation Of Culture* dikutip oleh **Deddy Mulyana**. mengatakan bahwa,

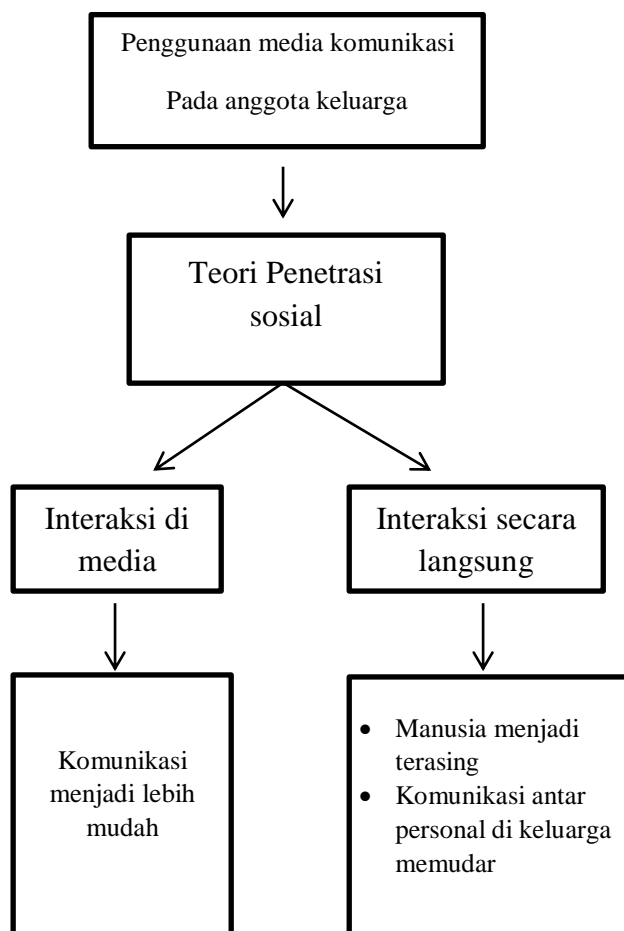
Etnografi berasal dari kata *ethno* (bangsa) dan *graphy* (menguraikan). Etnografi yang akarnya antropologi pada dasarnya adalah kegiatan penelitian untuk memahami cara orang-orang berinteraksi dan bekerjasama melalui fenomena teramati kehidupan sehari-hari. (2003: 161)

Etnografi lazimnya bertujuan menguraikan suatu budaya secara menyeluruh, yakni semua aspek budaya, baik yang bersifat material seperti artefak budaya (alat-alat, pakaian, bangunan, dan sebagainya) dan yang bersifat abstrak, seperti

pengalaman, kepercayaan, norma, dan sistem nilai kelompok yang teliti. Uraian tebal (think description) merupakan ciri utama etnografi.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti membuat grafik kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka pikir



Sumber : Altman & Taylor ; hasil modifikasi peneliti dan pembimbing (2018).