

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan adanya berbagai kemudahan menyebarkan dan mendapatkan informasi, pengguna media sosial telah masuk ke dalam kelebihan informasi (*overload information*). Kondisi ini pada akhirnya dapat menyebabkan dehumanisasi, artinya informasi yang disampaikan kehilangan nilai sesuai dengan tata kehidupan. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri khususnya bagi kelompok usia *digital immigrant* atau generasi *baby boomers* yang hidup sebelum hadirnya komputer yakni kisaran usia yang lahir sebelum tahun 1980. Kelompok usia ini harus berusaha beradaptasi dengan era digital dan teknologi yang bukan budaya asli mereka (Sonia, 2019). Terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi oleh pengguna aplikasi WhatsApp utamanya kelompok *digital immigrant*, fitur status WhatsApp menjadi salah satu fitur yang digemari untuk membagikan informasi utamanya dalam melakukan komunikasi ekspresif. Mulyana dalam (Mukit & Sa'diyah, 2019) menjelaskan dalam komunikasi ekspresif pengguna dapat menyampaikan perasaan-perasaan atau emosi namun tidak secara otomatis bertujuan untuk mempengaruhi orang lain.

WhatsApp merupakan media sosial yang banyak digunakan saat ini di negara Indonesia saat ini dengan jumlah pengguna sebesar 88,7% dari total pengguna aktif media sosial yakni sebanyak 191 juta pengguna pada bulan Januari tahun 2022 (Mahdi, 2022). Di tengah tingginya angka pengguna, WhatsApp terus mengembangkan fitur aplikasi. Salah satunya adalah fitur status WhatsApp memfasilitasi penggunaannya untuk membagikan informasi. Fitur status WhatsApp dapat digunakan oleh pengguna aplikasi sejak tanggal 20 Februari 2017.

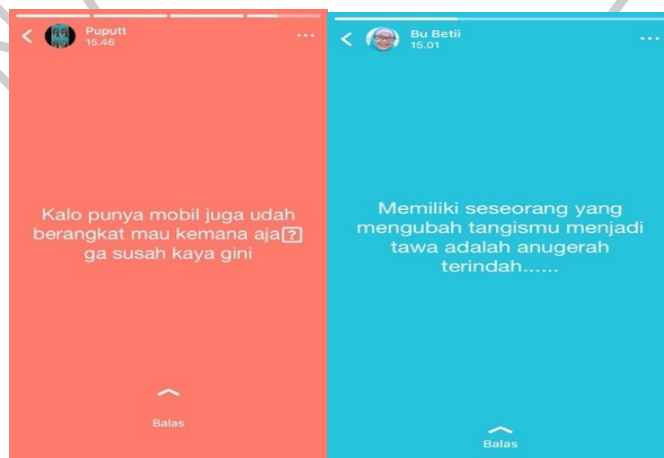
Fitur ini dibuat melihat popularitas fitur serupa pada media sosial lain seperti Instagram *story* dan Snapchat. Informasi yang dibagikan melalui status WhatsApp dapat berupa tulisan, sebuah foto, video dan gambar format GIF yang menarik. Fitur status WhatsApp hanya dapat diakses dalam waktu 24 jam (Manurung, 2019). Dengan hadirnya fitur WhatsApp. Aplikasi *chatting* ini kemudian

beralih fungsi yang semula hanya dapat digunakan untuk bertukarpesan, kini juga memiliki fungsi seperti media sosial lain dan dapat mendorong penggunaannya untuk melakukan perilaku membagikan informasi, baik informasi yang bersifat personal maupun informasi dengan nilai validitas tinggi.

Kegunaan utama dari aplikasi WhatsApp adalah untuk bertukar informasi secara pribadi melalui fitur *personal chat*. WhatsApp memiliki keunggulan dibandingkan media sosial lain utamanya untuk berkomunikasi dengan pengguna lain. Informan pada penelitian (Supratman, 2018) menjelaskan jika WhatsApp memiliki kualitas yang lebih baik dalam berbagi video dan foto serta memiliki kemudahan dalam menyimpan nomor telepon karena sudah terintegritas dengan kontak pada setiap telfon pintar pengguna. Selain itu, keunggulan WhatsApp dari sisi desain *platform* yang fungsional semakin memudahkan pengguna dalam berkomunikasi melalui WhatsApp. Sehingga WhatsApp dapat menjadi media sosial yang berpotensi untuk digunakan sebagai media komunikasi dengan segala kemudahan bagi pengguna untuk berkomunikasi dan berinteraksi tanpa membutuhkan banyak biaya dalam pemakaiannya (Andamisari, 2021).

Berbagai fungsi dari fitur status WhatsApp dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Pertama, hal ini dapat dilihat dari para pelaku usaha yang terbentuk dalam badan usaha maupun individu seperti pelaku usaha kecil dan menengah banyak menggunakan fitur status WhatsApp sebagai sarana untuk menerapkan *digital marketing*. Status WhatsApp dapat menjadi sarana untuk menyampaikan informasi produk UMKM. Pelaku usaha dapat mengetahui seberapa banyak calon pelanggan dari jumlah pengguna yang sudah melihat status serta menarik calon pelanggan untuk membeli produk dengan berbagai konten kreatif. Komunikasi dua arah juga dapat dibangun melalui status WhatsApp yakni dengan berinteraksi secara langsung dengan pengguna lain yang membalas unggahan status. Dengan digunakan secara optimal, status WhatsApp menjadi sarana untuk menerapkan *digital marketing* yang nantinya membantu peningkatan angka penjualan produk (Andamisari, 2021). Kedua, berbagai fitur pada aplikasi WhatsApp juga dapat digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dan membuka diri bagi pengguna lainnya. Dengan adanya status WhatsApp pengguna dapat lebih leluasa untuk mengungkapkan identitas diri dan lebih terbuka dalam membagikan aktivitas

kesehariannya. Berdasarkan hasil penelitian (Manurung, 2019) dijelaskan jika 79% responden menyatakan untuk cenderung membagikan cerita kesehariannya melalui status WhatsApp karena merasa tidak ingin membebaniorang lain dengan cerita yang dialami bahkan beberapa responden menyatakantidak memiliki teman yang dapat dipercaya untuk bercerita sehingga memilih mencurahkan ceritanya melalui fitur status WhatsApp. Dengan adanya fitur WhatsApp pengguna menjadi lebih bebas dalam mengekspresikan diri sehingga membagikan berbagai informasi mengenai kehidupannya melalui aplikasi tersebut. Berikut adalah salah satu contoh unggahan salah satu pengguna aplikasi WhatsApp melalui fitur status.



Gambar 1.1 Unggahan Status WhatsApp:(Dokumentasi Peneliti)

Berdasarkan hasil tangkapan layar mengenai status WhatsApp kedua pengguna di atas, dapat diketahui jika pengguna WhatsApp menggunakan fitur status untuk mencurahkan perasaannya. Status seperti unggahan di atas, kerap kali ditemui pada laman status aplikasi WhatsApp. Kaitannya dengan perilaku membagikan informasi, Indonesia Indonesia menduduki peringkat kedua negara dengan pengguna media sosial paling banyak melakukan perilaku membagikan informasi. Hal ini seperti dikutip dari hasil riset Ipsos dalam (Akhtar, 2020). Berdasarkan hasil riset tersebut, diketahui 15% masyarakat Indonesia melakukan perilaku berbagi semua hal, 35% membagikan informasi penting, 45% membagikan hanya beberapa informasi dan hanya 5% pengguna yang tidak membagikan informasi melalui media sosial. Melihat data tersebut, Indonesia merupakan negara dengan pengguna media sosial yang aktif menyebarkan informasi baik informasi yang sifatnya personal maupun objektif. Perilaku berbagi informasi melalui media

sosial diiringi dengan fungsi media sosial saat ini yang bukan hanya menjadi sarana komunikasi namun untuk bersosialisasi bahkan mengekspresikan diri pengguna media sosial tersebut. Perilaku mengekspresikan diri pengguna media sosial terdiri dari menampilkan informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi dan ide yang terdapat dalam diri seseorang. Perilaku ini termasuk pada salah satu kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial (Manurung, 2019). Hal serupa juga dijelaskan dalam (Lathif & Sugandi, 2020) yakni perkembangan teknologi mendorong pelibatan pengguna dalam membagikan informasi tidak hanya sebagai penerima informasi.

Adanya fenomena membagikan informasi melalui media sosial menimbulkan permasalahan bagi penggunanya yakni berupa peleburan antara ruang publik dan ruang privat. Perilaku pengguna yang tidak sungkan mengunggah berbagai konten mengenai kesehariannya menjadi budaya baru dalam membentuk identitas individu. Permasalahan lain adalah adanya dampak secara psikologis ketika seseorang menggunakan media sosial dengan intensitas yang cukup tinggi yakni dampak adiksi atau pengguna merasa ketergantungan dengan penggunaan media sosial bahkan lebih jauh sebuah studi pilot yang dilakukan Szczegełniak menjelaskan penggunaan media sosial dapat menyebabkan depresi dan kecemasan berlebih (Anwar, 2017). Hal serupa juga dijelaskan dalam (Akhtar, 2020) mengenai dampak psikologis dari perilaku mengunggah informasi melalui media sosial yang dapat memicu perasaan takut akan kehilangan serta dapat berdampak pada kesehatan mental penggunanya karena cenderung membandingkan diri sendiri dengan orang lain berdasarkan konten yang dilihat di media sosial, bahkan perilaku tersebut dapat memicu adanya perilaku *cyberbullying* atau perundungan di dunia maya.

Selain dampak psikologis dan meleburnya ranah privat dengan publik perilaku penyebaran informasi melalui media sosial juga dihadapkan dengan informasi hoaks yang dengan mudah disebarkan melalui berbagai fitur pada media sosial termasuk status WhatsApp. Hasil penelitian Wibowo dalam *Whatsapp Research Awards for Social Science and Misinformation* menjelaskan semakin orang membangun konten dari media sosial, menandakan rendahnya kemampuan untuk mengidentifikasi hoaks atau berita yang sebenarnya (Maulana, 2018).

Berdasarkan penjelasan tersebut, ditemukan masih banyak pengguna yang menyebarkan informasi yang berasal dari mediasosial tanpa dapat mengidentifikasi kebenaran informasi tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Mastel dalam (Juditha, 2018) yakni penyebaran hoaks melalui aplikasi *chatting* salah satunya adalah WhatsApp sebesar 62,8%.

Melihat berbagai bentuk penggunaan fitur status WhatsApp tentu dipengaruhi oleh motif dan kepuasan ketika menggunakan media sosial. Hal ini dijelaskan dalam Teori *Uses and Gratification* yakni audiens memiliki keinginan (secara psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang diinginkan melalui terpaan media. Melalui teori ini dapat diketahui mengapa audiens memilih sebuah medium untuk menyampaikan informasi dan bagaimana medium tersebut digunakan berdasarkan kebutuhan masing-masing individu. Terdapat tiga asumsi yang digunakan dalam Teori *Uses and Gratification* menurut Katz et al. (1973) yakni untuk poin yang pertama, adalah audiens dihadapi oleh banyak opsi atau pilihan media. Munculnya berbagai macam pilihan tersebut karena sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan audiens. Dalam hal ini, kebutuhan yang digambarkan dari segi psikologis dan sosial. Poin kedua adalah, berangkat dari kebutuhan audiens yang berbagai macam bentuknya sehingga media dikaitkan dengan teori *Uses and Gratification* mencoba mengidentifikasi kebutuhan dari tiap-tiap audiens. Poin yang ketiga, adalah terjadi kompetisi antar satu media dengan media lainnya untuk dapat memenuhi kebutuhan audiens. (Karunia H et al., 2021).

Dalam Teori *Uses and Gratification* terdapat pemisahan antara motif konsumsi media (*gratification sought*) dan proses gratifikasi (*gratifications obtained*). *Gratification sought* adalah kepuasan yang akan dicari oleh seseorang pada saat kita menggunakan sebuah media, di mana seseorang memakai media disebabkan oleh dorongan dari motif tertentu. Menurut McQuail motif seseorang menggunakan media, yaitu: motif hiburan, yang menetapkan sebagai pelarian dari rutinitas atau masalah sehari-hari; motif integratif sosial, terjadi ketika mereka menggantikan sebuah media sebagai sahabat mereka; motif identitas pribadi, cara untuk memperkuat nilai-nilai pribadi; dan motif informasi, tentang bagaimana media akan membantu seseorang untuk mendapatkan informasi. Sedangkan *gratifications obtained* merupakan kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media

(Humaizi, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu menjadi acuan dalam penelitian ini. Diantaranya penelitian Studi Etnografi Virtual *Upload Story* Mahasiswa IAIN Jember oleh Abd Mukit dan Miftahus Sa'diyah mengenai motif penggunaan fitur status WhatsApp pada mahasiswa sebagai kelompok *digital native* yang sudah terbiasa menggunakan teknologi digital memiliki beberapa motif yang mendasari pengguna mengunggah konten melalui status WhatsApp diantaranya motif rasa ingin tahu, motif hiburan, motif ekspresi. Serta makna dari pengguna aplikasi WhatsApp ketika menunggah konten pada status WhatsApp adalah merasa diperhatikan dan memberikan informasi pada pengguna lainnya (Mukit & Sa'diyah, 2019). Penelitian ini dijadikan acuan dalam implementasi motif utamanya dalam penggunaan fitur status WhatsApp. Adapun kebaruan dari penelitian terdahulu adalah, akan dilihat motif dan kepuasan dengan pendekatan teori *Uses and Gratification* pada *digital immigrant* yang tidak lahir dengan budaya digital. Serta terdapat perbedaan metode penelitian dengan penelitian sebelumnya yakni menggunakan studi etnografi, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan eksploratif agar dapat mendalami informasi yang diberikan informan.

Kedua, penelitian yang menjadi acuan adalah penelitian oleh Bifni Wahyuni Manurung yang berjudul Hubungan Antara Penggunaan Fitur Status Whatsapp dengan Keterbukaan Diri Mahasiswa. Penelitian terdahulu dapat dijadikan acuan dalam menjelaskan fenomena penggunaan status WhatsApp sebagai media untuk mengekspresikan diri. Dari kedua penelitian terdahulu diketahui jika subjek penelitian merupakan mahasiswa yang menjadi kelompok *digital native*, sedangkan dalam penelitian ini akan melihat motif dan kepuasan pengguna status WhatsApp dengan kelompok usia *digital-immigrant*. Pada penelitian terdahulu diketahui menggunakan metode penelitian kuantitatif, sehingga penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui motif dan kepuasan pengguna fitur status Instagram.

Ketiga, penelitian terdahulu yang berjudul Motif dan Kepuasan Penggunaan Website Informasi Berbasis User Generated Content Pada Website Zomato.com oleh Abdul Luthfi dan Muhammad Syahriar Sugandi. Pada penelitian sebelumnya menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan metode penelitian survei

kuantitatif. Penelitian terdahulu dijadikan salah satu acuan dalam menjelaskan konsep motif dan kepuasan individu dalam menggunakan media. Perbedaan dengan penelitian terdahulu, yakni pada subjek dan objek penelitian dimana terdapat penjelasan *user generated content* pada penggunaan website. Serta metode yang akan digunakan yaitu dengan metode deskriptif kualitatif, berbeda dengan penelitian sebelumnya yakni survei kuantitatif.

Dari ketiga penelitian terdahulu yang dijadikan acuan, penelitian ini menarik untuk dilihat lebih lanjut. Dari sisi akademis, penelitian ini memiliki nilai kebaruan dari segi metode yang digunakan serta sudut pandang melihat fenomena yakni dengan menetapkan subjek penelitian kelompok *digital immigrant* yang tidak terlahir pada era digital dalam menggunakan fitur status pada aplikasi *chatting* WhatsApp, dimana terdapat pergeseran dari fungsi aplikasi yang semula hanya menjadi aplikasi untuk berkomunikasi saat ini dengan adanya fitur status dapat menjadi aplikasi yang memiliki fungsi untuk membentuk identitas diri. Selain itu, penelitian ini juga dapat memiliki manfaat praktis diantaranya dapat mempelajari pola komunikasi yang baru muncul oleh pengguna media sosial khususnya *digital immigrant* sehingga dari sisi pengelola aplikasi dapat mengembangkan fitur yang dapat menunjang motif dan kepuasan pengguna fitur aplikasi. Dan dari perspektif pengguna, diharapkan penelitian ini dapat menjadi gambaran mengenai penggunaan fitur media sosial. Mudah-mudahan pengguna menyebarkan informasi melalui berbagai fitur pada aplikasi WhatsApp tentu akan menimbulkan masalah, terlebih pada jika menggunakan status WhatsApp, peluang untuk pengguna lain membaca informasi tersebut akan sangat besar dan terus menyebar dari satu pengguna ke pengguna lainnya. Lebih lanjut penyebaran hoaks dapat menimbulkan kekhawatiran banyak pihak karena dapat melahirkan kecurigaan dan pandangan negatif mengenai isu tertentu (Budiana, 2020).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana motif dan kepuasan penggunaan fitur status WhatsApp pada *digital immigrant* di Kota Tangerang Selatan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran mengenai motif dan kepuasan penggunaan fitur status WhatsApp pada *digital immigrant* di Kota Tangerang Selatan.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pada bidang kajian ilmu komunikasi media baru khususnya dalam penggunaan media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengguna media sosial khususnya bagi yang menggunakan aplikasi WhatsApp dalam mengelola motif dan kepuasan dengan menggunakan media sosial