

### BAB III

#### MEDIA SOSIAL SEBAGAI SALAH SATU SARANA KOMUNIKASI KONTEMPORER

Kebutuhan masyarakat terhadap informasi, hiburan, pengetahuan dan komunikasi semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi dan informasi menyuguhkan perangkat-perangkat canggih yang mudah diakses oleh semua kalangan. Perangkat-perangkat tersebut menyediakan media yang mempermudah seseorang untuk mengakses informasi, pengetahuan, hiburan maupun untuk berkomunikasi.

Sejarah manusia di bidang komunikasi adalah sejarah kreativitas yang tidak berhenti. Diawali dengan penggunaan aksara dalam komunikasi manusia, lalu dibutuhkan untuk pengembangan media tulis seiring dengan tuntutan perkembangan zaman. Maka dari itu, digunakanlah berbagai medium, mulai dari tanah liat, sutra, pelepah palem, tulang, bambu, hingga diciptakan kertas. Kemunculan kertas mengantarkan manusia kebutuhan alat tulis dan tinta. Semakin banyak orang mampu membaca dan menulis maka dikembangkan mesin

UIN IMAM BONJOL  
PADANG

cekap. Pada satu sisi, mesin cetak menjadi dasar untuk produksi buku secara massal. Pada lain sisi, pengembangan sarana komunikasi lisan juga dilakukan. Telepon menjadi media komunikasi lisan antar manusia. Meski terpisah jarak, telepon memungkinkan manusia berkomunikasi secara lisan. Begitu juga dengan komunikasi tertulis, juga mengalami perkembangan dengan memanfaatkan layanan pos sehingga pesan yang disampaikan cepat terkirim. Revolusi yang penting dalam komunikasi tertulis adalah pengembangan telegraf.

Basis dari pengembangan telepon dan telegraf adalah penemuan radio. Teknologi untuk pengiriman dan penerimaan gelombang radio juga terus disempurnakan. Mulai dari penggunaan tabung hampa ukuran besar, kemudian berkembang menjadi penggunaan transistor, lalu *microchip*. Perkembangan dari tabung menjadi *microchip* menunjang kelahiran komputer. Kehadiran *microchip* memungkinkan lahirnya komputer yang ukurannya lebih kecil sehingga mudah dibawa, juga melahirkan alat-alat komunikasi baru yang lebih praktis seperti *smartphone* atau *tablet*. Pada saat yang sama, muncul pula revolusi komunikasi luar biasa dalam berbagai aplikasi yang memungkinkan manusia untuk saling bertukar data dan berbagi informasi dengan cepat.<sup>1</sup> Revolusi yang dimaksud adalah media sosial.

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi dan informasi tersebut yang tergolong kepada *new media* atau tergolong kepada media komunikasi kontemporer. Sebutan *new media* atau media baru merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik yang telah ada selama ini.

Media seperti televisi, radio, majalah koran, digolongkan menjadi media lama/*old media* media tradisional dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan pada media baru/*new media*. Pengistilahan ini bukanlah berarti kemudian media lama menjadi hilang digantikan media baru, namun pengistilahan ini sebagai gambaran karakteristik untuk membedakan kedua media tersebut.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Idi Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara, *Komunikasi yang Mengubah Dunia Revolusi dari Aksara Hingga Media Sosial (Ensiklopedi Teknologi Komunikasi)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. x-xi

<sup>2</sup>Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial", *The Messenger*, Volume III, Nomor 1, Edisi 1 Juli 2011, h. 70-71

Sebelum internet dan media sosial berkembang seperti saat ini, informasi diperoleh dari media tradisional berupa televisi, koran, dan radio. Media tradisional memberikan informasi dalam satu arah. Pembaca informasi hanya bisa menerima informasi saja tanpa bisa mengomentari maupun membagikan. Kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam menyebarkan maupun mengomentari sebuah informasi. Selain itu, fungsi-fungsi media tradisional juga disuguhkan oleh kecanggihan internet dan media sosial, seperti *youtube* yang menyediakan tayangan audio visual sebagaimana fungsi televisi. Menurut sebuah riset yang dipublikasikan oleh Crowdtap, Ipsos Media CT, dan *The Wall Street Journal* pada tahun 2014 yang melibatkan 839 responden dari usia 18 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa semakin banyak waktu yang dihabiskan ketika lebih didominasi untuk mengakses internet dan media sosial dibandingkan dengan mengakses media tradisional.<sup>3</sup>

Dapat dikatakan bahwa media tradisional beradaptasi dengan kehadiran media sosial. Media cetak seperti koran atau majalah sekarangpun telah memiliki edisi *online*. Televisi dan radio memiliki media *streaming* sehingga bisa diakses kapanpun dan dimanapun asalkan tetap terkoneksi dengan jaringan internet.

#### A. Definisi Media Sosial

Secara terminologi media sosial terdiri dari dua suku kata yaitu media dan sosial. Berikut penjelasan media sosial sebagaimana yang penulis kutip dari Dr.

<sup>3</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Pt. Remaja Rosakarya. 2017), h. 1.

Rulli Nasrullah dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*;

### 1. Pengertian Media

Secara sederhana, media diartikan sebagai alat komunikasi. Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal; objek, organ, dan medium. Saat menyaksikan tayangan televisi, televisi merupakan objek dan mata adalah organ. Perantara antara televisi dan mata adalah gambar atau visual. Contoh sederhana ini merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi.

### 2. Pengertian Sosial

Kata sosial dalam konteks media sosial secara terminologi semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Tidak mudah memahami makna sosial apabila dikaitkan dengan media sosial. Untuk mengartikan hal tersebut Rulli Nasrullah terlebih dahulu memaparkan pendapat-pendapat sosiolog untuk menjelaskan kata sosial sebagaimana tertera berikut:

a. Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as social facts*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.

b. Menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial dapat dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social action*).

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

- c. Menurut Tonnies, sosial merujuk pada kata *community* (komunitas). Menurutnya, eksistensi dari komunitas merujuk pada kesadaran dan kebersamaan yang saling bergantung sama lain.
- d. Menurut Max, makna sosial merujuk pada saling bekerja sama (*co-operative network*). Dengan melihat fakta bahwa kata sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerja sama. Definisi sosial yang dikemukakan oleh Max ini, ada penekanan bahwa sosial berarti terdapatnya karakter kerja sama atau saling mengisi di antara individu.

Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Pendekatan teori mengenai teori-teori media sosial dan media lainnya di internet diperlukan sebelum menyimpulkan apa yang dimaksud dengan media sosial. Berikut adalah definisi media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian sebagaimana yang dikutip oleh Rulli Nasrullah dari Fuch dalam bukunya *Social Media a Critical Production*:

1. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
2. Menurut Shirky, media dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*) bekerja sama (*to co operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
4. Menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium

UIN IMAM BONJOL  
PADANG

(fasilisator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

5. Meike dan Young, mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to share be shared one to one*) dan media publik untuk saling berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.<sup>4</sup>

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai berikut:

*A formal definition of the term first requires drawing a line to two related concepts that are frequently named in conjunction with it: web 2.0 and user generated content. Web 2.0 is a term that was first used in 2004 to describe a new way in which software developers and end-users started to utilize the world wide web; that is, as a platform whereby content and applications are no longer created and published by individuals, but instead are continuously modified by all users in a participatory and collaborative fashion.*<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian yang disebutkan oleh Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein di atas, dapat dipahami bahwa definisi media sosial berangkat dari dua konsep yang saling berhubungan, yaitu web 2.0 dan pengguna menghasilkan isi (*user generated content*). Web 2.0 merupakan istilah baru yang pertama kali digunakan pada tahun 2004 untuk menjelaskan istilah sebuah metode baru yang digunakan oleh pengembang *software* dan pengguna

# UIN IMAM BONJOL PADANG

akhir untuk memanfaatkan *world wide web*. *World wide web* merupakan sebuah program/platform dimana konten dan aplikasi tidak lagi dibuat dan dipublikasikan oleh individu, tetapi terus dimodifikasi oleh semua pengguna secara partisipatif dan kolaboratif. Artinya media sosial dapat diartikan sebagai aplikasi yang dibuat berdasarkan konsep web 2.0 yang memungkinkan pertukaran informasi di antara pengguna.

<sup>4</sup> *Ibid.* h. 11

<sup>5</sup> Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, (France: Business Horizons, 2010), h. 61

Menurut Idi Subandy dan Yosol Iriantara dalam *Ensiklopedi Teknologi Komunikasi* definisi media sosial sebagai salah satu aplikasi yang menunjang kebutuhan manusia dalam bentuk komunikasi tertulis (teks), komunikasi suara, dan komunikasi audio visual. Media sosial menjadi salah satu tulang punggung kegiatan komunikasi manusia mutakhir. Media sosial memenuhi dan mengubah kebutuhan manusia dalam berkomunikasi.<sup>6</sup>

Menurut Effendi media dalam komunikasi adalah komponen dari komunikasi interpersonal yang merupakan saluran atau sarana yang memfasilitasi pihak yang saling berkomunikasi secara tidak langsung.<sup>7</sup> Dengan adanya perkembangan teknologi, muncul internet yang menghapus batasan waktu dan tempat, sehingga memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan orang lain di bagian bumi manapun dan kapan saja. Komunikasi yang bermediakan internet inilah yang kemudian disebut dengan media sosial.

Literatur lain menyebutkan media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menjadi fenomena pada

beberapa tahun terakhir. Media sosial dapat diartikan sebagai suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan komunikasi web 2.0 yang memungkinkan para penggunanya untuk menciptakan dan bertukar informasi.<sup>8</sup>

Berdasarkan beberapa definisi media sosial di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah sarana komunikasi hasil dari perkembangan

<sup>6</sup> Idi Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara, *op.cit.*, h. xi

<sup>7</sup> Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: CV. Remaja Karya, 2001)

<sup>8</sup> Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*, pdf. h. 142

teknologi dan informasi. Melalui media sosial ini orang dapat saling bertukar, berbagi maupun mencari informasi, pengetahuan, hiburan dan lain. Artinya semua rangkaian kegiatan ini merupakan kegiatan yang mengandung interaksi, berbeda halnya dengan media tradisional (komunikasi satu arah). Selain itu rangkaian kegiatan ini mesti berbasiskan internet sebagai pembeda dari media komunikasi lain.

### B. Fungsi-fungsi Media Sosial

Media sosial sebagai salah satu media komunikasi memiliki beberapa fungsi sebagaimana yang dikutip oleh Melisa Setyawan dari Jalonen dalam *Social Media and Emotion in Organizational Knowledge Creation* berikut:

1. Media Komunikasi (*communication*). Media sosial sebagai alat komunikasi menyediakan alat untuk berbagi, menyimpan, mempublikasikan isi, berdiskusi, menyatakan pendapat, masuk mempengaruhi.
2. Media Kolaborasi (*collaboration*). Media sosial memungkinkan pengguna konten kolektif dan merubahnya tergantung waktu dan tempat.
3. Media penghubung (*connecting*). Media sosial sebagai media penghubung menyediakan sebuah *platform* baru dimana orang mendapatkan cara baru untuk membangun jaringan dengan orang lain, mensosialisasikan profil diri kepada masyarakat dan menciptakan media dunia *virtua*.
4. Media pelengkap (*completing*). Media sosial memungkinkan pengguna untuk melengkapi dengan mendeskripsikan, menambahi atau menyaring informasi, menandai konten dan menunjukkan hubungan antar konten.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**



5. Media penggabung (*combining*). Dalam fungsi ini media sosial memungkinkan pengguna untuk menggabungkan, mencampurkan, atau membuka konten-konten dari berbagai aplikasi.<sup>9</sup>

Berdasarkan fungsi-fungsi media sosial di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi media sosial adalah sebagai media penyebaran informasi, pembagian informasi, pelengkap dan penghubung antara satu individu ke individu lain. Media sosial yang berbasis internet memungkinkan penggunanya berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain bahkan bisa membentuk sebuah komunitas sosial secara *virtual*.

### C. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus yang dimiliki oleh media sosial dibanding media lain. Karakteristik tersebut ialah sebagai mana yang penulis kutip dari Rulli Nasrullah berikut.

#### 1. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Kata jaringan bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi antar komputer yang terhubung di dalamnya.

Kata ini kemudian berkembang dari sekedar istilah yang digunakan dalam

<sup>9</sup> Melisa Setyawan, *Hubungan Antara Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Kestabilan Emosi Pada Pengguna Media Sosial Usia Dewasa Awal*, Skripsi Studi Psikologi, [https://repository.usd.ac.id/5958/2/119114156\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/5958/2/119114156_full.pdf), diakses 16 November 2017.

teknologi komputer menjadi istilah yang akrab digunakan dalam kajian budaya maupun sosial.

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antarpengguna itu saling kenal atau tidak. Kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antarpengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial.

## 2. Informasi (*information*).

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial menkreasikan representasi ideologi, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Dengan informasi sebagai semacam komoditas dalam masyarakat informasi/*information*.

Karakter informasi dalam media sosial bisa dilihat dari dua segi. *Pertama*, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Bagi pengguna informasi menjadi landasan untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat jejaring di internet. Bagi institusi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke pengguna (*decoding*). *Kedua*, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

### 3. Arsip (*archive*).

Arsip menjadi sebuah karakter bagi pengguna media sosial yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang diunggah di media sosial (seperti *facebook*) tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan tahun.

Kemunculan teknologi komunikasi membuat perubahan terhadap arsip yaitu; kemampuan dari setiap pengguna internet untuk mengakses arsip dan melakukan perubahan terhadapnya serta arsip menjadi lebih berkembang dikarenakan apa yang disebut Appadurai sebagai *the nature and distribution of its user*. Arsip di dunia maya tidak hanya dipandang sebagai dokumen resmi semata yang tersimpan. Arsip di internet tidak pernah benar-benar tersimpan, ia selalu berada dalam perjalanan, terdistribusi sebagai sebuah informasi, dan menjadi mediasi antara manusia-mesin dan sebaliknya. Oleh sebab itu, internet bisa ditempatkan sebagai sebuah pustaka digital dan komputer, atau perangkat lainnya, menjadi semacam portal untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan di ribuan bahkan jutaan komputer lainnya.

### 4. Interaksi (*interactivity*).

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda. Contoh lain

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

dari interaksi ini adalah saling mempromosikan dan membagi perasaan terhadap pengguna di akun media sosial. Interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi.

#### 5. Simulasi (*simulation*) sosial.

Karakter media sosial sebagai gagasan simulasi akan menghilangkan kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus. Khalayak seolah-olah berada antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media spertinya terputus dari realitas.

Di media sosial interaksi memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya, di media sosial identitas menjadi cair dan bisa berubah-ubah. Pengguna di media sosial mempromosikan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan menjadi siapa saja yang berbeda sama sekali dengan realitasnya, seperti pernikahan identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil.

#### 6. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Fitur ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Contoh bagaimana karakteristik media sosial ini bekerja bisa dilihat dari jenis-jenis media sosial yang dijelaskan pada pembahasan selanjutnya.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

### 7. Penyebaran (*share/sharing*).

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada tujuh karakteristik media sosial yang membedakannya dari media lain. Karakteristik tersebut ialah jaringan antar pengguna, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna, dan penyebaran.

### D. Jenis-jenis Media Sosial

Macam-macam media sosial dalam buku *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian dan Lembaga Republik Indonesia* adalah sebagai berikut:

1. Proyek kolaborasi (*open content*), dimana penggunanya secara bebas dapat mengubah, menambah, ataupun mengurangi konten yang termuat di *website* tersebut seperti *wikipedia*.
2. *Blog* dan *microblog*. Pengguna *blog* dan *microblog* mendapat kebebasan dalam suatu hal di blog itu seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal. Seperti *twitter*.
3. Konten atau isi. Para pengguna jenis media sosial ini saling membagikan konten-konten multimedia seperti *e-book*, video, foto gambar dan lain-lain. Contoh media sosial jenis ini adalah *youtube*.

<sup>10</sup> Rulli Nasrullah, *op.cit.*, h. 16-33

4. Situs jejaring sosial. Pengguna media sosial jenis ini memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti *facebook*.
5. *Virtual game world*. Pengguna pada aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud *avatar-avatars* sesuai keinginan dan kemudian dapat berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud *avatar* juga layaknya di dunia nyata. Contoh media sosial jenis ini adalah *game online*.
6. *Virtual social world*. Media sosial jenis ini merupakan dunia *virtual* yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia *virtual* untuk berinteraksi dengan orang lain. *Virtual social world* tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *virtual life*.<sup>11</sup>

Pembagian jenis-jenis media sosial menurut Rulli Nasrullah bukan berarti hanya terbatas pada pembagian yang ada saat ini perkembangan *platform* di internet

dan aplikasi di perangkat telepon genggam, seperti aplikasi android, namun secara

dasar dan teori sebenarnya harus ada landasan awal untuk melihat jenis-jenis media tersebut. Rulli Nasrullah membagi media sosial kepada enam kategori besar

sebagai berikut:

1. Media jejaring sosial (*social networking*).

*Social networking* atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang biasa

<sup>11</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan Indonesia, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), h. 26-27.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia *virtual*. Karakteristik utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, pembentukan pertemanan baru ini berdasarkan pada sesuatu yang sama, misalnya hobi atau kegemaran, sudut pandang politik, asal sekolah/universitas, atau profesi jabatan.<sup>12</sup> Berikut beberapa contoh media sosial yang termasuk dalam jenis jejaring sosial.

a. *Facebook*

Situs jejaring yang paling populer adalah *facebook* yang berhasil mengikat pengguna dengan anggota mencapai 250 juta orang.<sup>13</sup> *Facebook* adalah situs jejaring sosial yang didirikan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zukeberg, seorang lulusan Harvard University. Situs ini dilengkapi dengan berbagai macam fitur yang akan memudahkan penggunanya, seperti kecepatan dalam berkomunikasi, *wall*, status maupun *live chat*. Situs pertemanan *facebook* memungkinkan seseorang menemukan teman lama, menemukan teman baru, menjalin pertemanan, hubungan dalam komunitas seperti kota, pekerjaan, sekolah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain, mengirim pesan dan memberi komentar.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Rulli Nasrullah, *op.cit.*, h. 40

<sup>13</sup> Hanni Sofia dan Budhali Prianto, *Panduan Mahir Akses Internet*, (Jakarta: Kriya Pustaka, 2010), 158. Dalam literatur lain disebutkan ketika itu pengguna *facebook* mencapai 750 juta orang. Lihat; Ega Dewa Putra, *Menguak Jejaring Sosial*, (Ttp: Serpong, 2014), h. 2

<sup>14</sup> *Ibid.*

*Facebook* memiliki beberapa fitur yang menarik penggunaannya untuk dijadikan sebagai salah satu media komunikasi kontemporer:

1) *Status Update*.

Fitur ini digunakan untuk memposting pesan baik berupa teks, gambar, video, maupun link. *Status update* ini kemudian dapat dilihat oleh teman-teman yang terhubung dengan akun *facebook* si pengguna. *Status update* seterusnya dapat ditanggapi berupa *like* atau dikomentari oleh teman si pengguna akun.

2) *Pertemanan*.

Fitur ini digunakan oleh pengguna *facebook* untuk mencari teman lama, teman baru. Melalui fitur ini seseorang dapat menyaring orang yang akan menjadi teman pengguna dengan cara menerima permintaan pertemanan atau menolaknya.

3) *Pesan*. Pesan yang dikirim atau diterima melalui *facebook* secara pribadi.

4) *Notifikasi*. Fitur ini menyajikan informasi tentang adanya pesan baru, permintaan pertemanan, maupun tanggapan dari status yang diposting.<sup>15</sup>

*Facebook* merupakan sebuah situs jejaring sosial yang dipakai manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain tanpa dibatasi oleh ruang, wilayah, agama dan status sosial seseorang. Jejaring sosial *facebook* sangat populer karena penggunaannya yang termasuk mudah dan sangat efisien bahkan penggunaannya mengalahkan fitur sms maupun telepon sebagaimana fungsi sebuah telepon genggam pada dasarnya.

<sup>15</sup> Ega Dewa Putra, *Menguak Jejaring Sosial*, (Serpong: ttp, 2014), h. 15-19



## b. *Whatsapp*

*Whatsapp* adalah aplikasi pesan untuk *smartphone* dengan basis mirip *BlackBerry Messenger*. *Whatsapp* merupakan aplikasi pesan lintas *platform* yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya sms, karena *whatsapp* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, *browsing web*, dan lain-lain. Dengan menggunakan *whatsapp*, kita dapat melakukan obrolan online, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.<sup>16</sup>

Menurut penulis aplikasi *whatsapp* lebih sederhana dan mudah digunakan dengan *facebook*. Pada aplikasi ini seseorang cukup menyimpan nomor telepon teman dan secara otomatis akan terhubung dengan orang yang nomornya disimpan tersebut apabila ia juga menggunakan aplikasi ini. Fitur-fitur yang disajikan dalam aplikasi ini hampir sama dengan *facebook* seperti, *status update*, pesan (mengirim dan menerima pesan berupa teks, gambar, video maupun berupa *link*).

## 2. Jurnal Online (*blog*).

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menunggal aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan *web* lain, informasi, dan sebagainya. Istilah *blog* berasal dari kata *weblog* yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Barger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online*.

Pada awalnya *blog* cenderung digunakan dan dikelola oleh individu-individu, namun sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan jangkauan terhadap khalayak

<sup>16</sup> Pengertian *whatsapp*, <https://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>, diakses 10 Juli 2017

membuat perusahaan maupun institusi bisnis juga terjun mengelola *blog*. Secara mekanis jenis media sosial ini dibagi mejadi dua yaitu *personal homepages*, pemilik menggunakan nama *domain* sendiri seperti .com atau .net. kemudian dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis seperti *wordpress* ([www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)) atau *blogspot* ([www.blogspot.com](http://www.blogspot.com)).<sup>17</sup>

Adapun teks yang dimuat dalam *blog* dapat berupa artikel, pengetahuan, puisi, bahkan cerita pendek dan lelucon. Pada perkembangannya *blog* tidak hanya digunakan untuk pribadi namun juga untuk kepentingan kolaboratif (diisi lebih dari seorang), korporat, dan komunitas. *Blog* juga menjadi media yang tepat untuk orang-orang yang ingin latihan menulis, mengungkapkan pendapat, berdiskusi, mencari referensi, membangun citra diri dan mengembangkan jaringan.<sup>18</sup>

### 3. *Microblogging*.

*Microblogging* berbeda jauh dengan media sosial jenis *blog*. Media sosial ini memberikan fasilitas kepada pengguna untuk mengirimkan sebuah pesan teks dengan panjang maksimal 140 karakter. Secara historis kehadiran media

sosial jenis ini merujuk pada munculnya *twitter*. *Twitter* dibuat pada bulan Maret 2006 oleh perusahaan rintisan Obvious Corp.<sup>19</sup>

*Twitter* menyajikan fitur yang membuat seseorang dapat mengetahui keberadaan seseorang atau apa yang akan dilakukannya. Orang lain yang menjadi pengikut *twitter* kita akan mengetahui berita tersebut dan dapat merespon informasi yang kita posting. Untuk urusan bisnis *twitter* bisa dijadikan alat untuk

<sup>17</sup> Rulli Nasrullah, *op.cit.*, h. 41

<sup>18</sup> Acer Indonesia dan dagdig.com, *Panduan Untuk Guru Era Baru dalam Memanfaatkan Interenet*, (Jakarta, 2010), h. 5

<sup>19</sup> Hanni Sofia dan Budhali Prianto, *op.cit.*, h. 159

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

mengumumkan kabar terbaru atau posting *blog* terbaru dari sebuah perusahaan dan bahkan dapat berinteraksi dengan konsumen. *Twitter* juga memudahkan kolaborasi internal dan komunikasi dalam sebuah kelompok.<sup>20</sup>

#### 4. Media Berbagi (*Sharing*).

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar dan sebagainya. Contoh *youtube*, *flickr*, *photobucket*, atau *snafish*.<sup>21</sup>

#### 5. Penanda sosial (*social bookmarking*).

Media sosial jenis ini merupakan media yang berkerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Informasi yang disediakan bukanlah informasi yang baru. Pengguna hanya disediakan informasi berupa teks, foto atau video yang dapat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan memberikan pada sumber informasi tersebut. Informasi itu terpublikasi memerlukan persetujuan pengguna untuk memberi label atau

tanda pagar (*hashtag*) kemudian memasukkannya dalam *bookmarking*. Contoh media sosial jenis ini adalah *delicious.com*, *stumbleupon.com*, *reddit.com*, dan untuk di Indonesia *lintasme*.<sup>22</sup>

#### 6. Media konten bersama/*Wiki*

Media sosial jenis ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari pengguna. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, *wiki* menghadirkan pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dari

<sup>20</sup> Mulyadi Hadi, *Twitter Untuk Orang Awam*, (Palembang: Maxikom, 2010). h. 3-4

<sup>21</sup> Rulli Nasrullah, *op.cit.*, h. 45

<sup>22</sup> *Ibid.*

perkembangan kategori *wiki*, terdapat dua jenis media sosial ini yaitu publik dan privasi. *Wikipedia* merupakan gambaran *wiki* publik di mana konten bisa diakses oleh pengguna secara bebas. Sementara *wiki* adalah jenis media sosial yang bersifat pribadi atau terbatas yang hanya bisa disunting dan dikolaborasikan dengan terbatas. Biasanya ada moderator atau pengelola yang bisa memberi akses kepada siap yang diinginkan.<sup>23</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat pembagian jenis media sosial yang dikemukakan oleh Rulli Nasrullah dan Tim Humas Pusat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sama-sama mengelompokkan media sosial kepada enam jenis. Pengelompokkan tersebut pada dasarnya sama namun memiliki sedikit perbedaan yaitu Tim Humas Pusat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia memasukkan *game* ke kepada pembagian tersebut.

#### E. Dampak Penggunaan Media Sosial

##### 1. Dampak Positif

- a. Anak dan remaja dapat belajar dan mengembangkan keterampilan teknis dan

sosial yang sangat dibutuhkan di zaman digital seperti sekarang ini. Mereka

dapat belajar dan adaptasi, sosialisasi dengan publik dengan mengelola jaringan pertemanan.

- b. Memperluas jaringan pertemanan. Siapapun dapat memperluas jaringan

pertemanan dari belahan dunia manapun meski sebagian besar di antaranya

belum pernah bertemu secara langsung.

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, h. 47

- c. Seseorang dapat termotivasi untuk belajar mengembangkan diri melalui teman-teman yang dijumpai secara *online*.
- d. Menjadikan seseorang lebih berempati dan perhatian, misalnya memberi ucapan ulang tahun walaupun tidak bertemu secara langsung.
- e. Memudahkan komunikasi, pertukaran data, dan mencari informasi.
- f. Memberikan kemudahan dalam bidang perdagangan dalam hal bertransaksi dan berbisnis.<sup>24</sup>

## 2. Dampak negatif

- a. Membuat pelajar jadi malas berkomunikasi di dunia nyata. Tingkat pemahaman bahasapun menjadi terganggu.
- b. Membuat seseorang lebih mementingkan diri sendiri dan tidak mpedulikan lingkungan sekitar karena waktu banyak dihabiskan menggunakan jejaring sosial.
- c. Bagi anak remaja, tidak ada aturan etika bahasa di jejaring sosial. Hal ini membuat mereka sulit membedakan antara berkomunikasi di jejaring sosial dan duni nyata.
- d. Media sosial menjadi lahan subur bagi oknum tertentu yang ingin melakukan kejahatan.
- e. Pornografi. Dengan kemampuan memberikan informasi yang dimiliki internet, membuat pornografi pun menyebar luas.

**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

<sup>24</sup> Hanni Sofia dan Budhali Prianto, *opcit.*, h.170

- f. Penipuan. Melalui media sosial seseorang dapat menipu orang lain karena identitas yang digunakan dalam media sosial dapat digunakan yang tidak sesuai dengan identitas asli pengguna.
- g. Perjudian. Dengan jaringan yang tersedia para penjudi tidak lagi mesti pergi ke suatu tempat untuk berjudi. Ia cukup mengakses media yang menyediakan situs perjudian.<sup>25</sup>

Penggunaan media sosial akan memberikan dampak positif atau negatif tergantung bagaimana pengguna memanfaatkan media sosial, karena pada dasarnya media sosial bersifat netral. Media sosial tidak akan memberikan dampak negatif apabila digunakan secara positif, begitu sebaliknya. Untuk itu diperlukan kontrol diri dalam mengakses media sosial.



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, h. 171