

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jejaring sosial sebagai media komunikasi baru saat ini telah menjalar keseluruh dunia. Rata-rata masyarakat modern, seperti orang-orang yang tinggal di perkotaan telah menggunakan jejaring sosial sebagai salah satu alat untuk berkomunikasi. Banyak kemudahan yang ditawarkan oleh media komunikasi baru ini, pengguna jejaring sosial yang dikenal dengan *user* dapat menyebarkan maupun mencari pesan atau informasi dengan cepat, memberitakan kegiatan yang dilakukan sehari-hari kepada orang lain dapat dilakukan dengan mudah, berkumpul dengan teman atau kolega tanpa harus melakukan tatap muka, sampai mencari teman atau kolega baru melalui situs jejaring sosial tersebut. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh jejaring sosial inilah yang mengakibatkan perkembangan penggunaanya meningkat dengan pesat.

Perkembangan pengguna jejaring sosial ini juga diikuti dengan perkembangan jejaring sosial itu sendiri. Situs jejaring sosial pertama, yaitu *SixDegrees.com* mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 sampai 2001, bermunculan media sosial *LunarStorm*, *LiveJournal*, *Cyworld* yang berfungsi memperluas informasi searah. Pada tahun 2001, muncul media sosial *Ryze.com* yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul *Friendster* sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh.

Dalam kelanjutannya, *Friendster* lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003 bermunculan media sosial lainnya seperti *Flickr* (berbagi foto), *YouTube* (berbagi video), dan *Last.FM* (untuk mendengarkan musik), serta *Myspace* yang cukup menarik perhatian pengguna media sosial di dunia (*Journal of Computer-Mediated Communication*, 2008).

Namun saat ini, dua situs jejaring sosial *Facebook* (yang diciptakan tahun 2004) dan *Twitter* (yang diciptakan tahun 2006) sebagai jejaring sosial ciptaan terbaru yang menawarkan fitur-fitur yang lebih *fresh* dalam berkomunikasi memperoleh perhatian yang lebih dimata khalayak dunia, termasuk di Indonesia yang perkembangan pengguna situs jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* semakin tahun meningkat dengan cepat.

Dari data statistik pada tabel 1.1 dan tabel 1.2 dapat dilihat pengguna jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* dari tahun 2009 sampai pada tahun 2013 terus meningkat tiap tahunnya.

Tabel 1.1
Perkembangan Pengguna Jejaring Sosial *Facebook*

Tahun	Jumlah Pengguna (Juta)
2009	11,75
2010	19,01
2011	40,82
2012	44,6
2013	47,16

Tabel 1.2
Perkembangan Pengguna Jejaring Sosial *Twitter*

Tahun	Jumlah Pengguna (Juta)
2009	5,6
2010	6,24
2011	7,82
2012	19,5
2013	58,7

Sumber: Diolah dari *Google.com* (2014)

Dari statistik negara pengguna *Facebook* terbesar di dunia yang dilakukan oleh situs *Socialbakers* pada tahun 2013, Indonesia menduduki peringkat keempat tertinggi dibawah Amerika, Brazil, dan India (*Socialbakers.com*: Selasa,5 Maret 2013, 19.00 WIB).

Tabel 1.3
Lima Negara Pengguna *Facebook* Tertinggi di Dunia

Nama Negara	Jumlah Pengguna <i>Facebook</i>
Amerika Serikat	163.071.460
Brazil	66.552.420
India	61.499.220
Indonesia	47.165.080
Meksiko	39.945.620

Sumber: *Socialbakers.com* (2013)

Dalam penggunaan situs jejaring *Twitter*, Indonesia menempati urutan kelima dibawah Amerika Serikat, Brazil, Jepang, dan Inggris Raya pada awal tahun 2012 (*Semiocast.com*: Selasa, 5 Maret 2013, 21.22 WIB).

Tabel 1.4
Lima Negara Pengguna *Twitter* Tertinggi di Dunia

Nama Negara	Jumlah Pengguna <i>Twitter</i>
Amerika Serikat	107,7 juta
Brazil	33,3 juta
Jepang	29,9 juta
Inggris Raya	23,8 juta
Indonesia	19,5 juta

Sumber: *Semiocast.com* (2012)

Berdasarkan data yang dirangkum oleh *Socialbakers.com* dan *Semiocast.com*, dapat dilihat tingginya penggunaan situs jejaring sosial *Facebook* maupun *Twitter* di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa besarnya minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan kedua situs jejaring sosial tersebut.

Budi Setiawan selaku Dirjen Sumber Daya Perangkat Pos dan Informatika (SDPP) Kemenkominfo menyebutkan dari 245 juta penduduk Indonesia, pengguna internet di Indonesia mencapai 55 juta orang dan setidaknya tercatat sebanyak 44,6 juta pengguna *Facebook* dan sebanyak 19,5 juta pengguna *Twitter*, hal ini dengan catatan rentang usia dari 10-14 tahun dan 15-20 tahun yang meningkat secara signifikan (*Kompas.com*: Kamis, 1 November 2012, 11.10 WIB).

Berdasarkan data tersebut, dapat digambarkan bahwa kedua jejaring sosial tersebut sangat diminati oleh masyarakat Indonesia dan rata-rata penggunanya merupakan masyarakat usia produktif dan remaja (kalangan pelajar). Setidaknya dari total keseluruhan penduduk Indonesia, 20% diantaranya sudah tergolong sebagai pengguna situs jejaring sosial.

Facebook dan *Twitter* adalah dua situs jejaring sosial berfokus pada segi pertemanan, yakni pengguna jejaring sosial menggunakannya untuk berinteraksi, berbagi informasi dengan pengguna lain Namun keduanya memiliki beberapa perbedaan dalam tampilan dan fitur-fitur yang terdapat didalamnya.

Secara umum *Facebook* adalah aplikasi jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya menampilkan profil mereka, sedangkan *Twitter* adalah layanan blog *micro* yang memungkinkan penggunanya menulis apa yang mereka lakukan atau ingin mereka tulis dalam teks sepanjang 140 karakter (*Jurnalkesimpulan.com*: Kamis, 1 November 2012, 12.05 WIB).

Berikut tabel yang menampilkan fitur, serta kelebihan jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter*:

Tabel 1.4
Fitur, Kelebihan *Facebook* dan *Twitter*

No	Jejaring Sosial	Pencipta/Tahun diluncurkan	Fitur	Kelebihan
1.	<i>Facebook</i>	Mark Zuckerberg/ Tahun 2004	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Home</i> terdapat beberapa pilihan fitur yaitu: <ul style="list-style-type: none"> <i>News Feed</i> yaitu update terbaru status pengguna lain <i>Messages</i> yaitu surat elektronik <i>Event</i> menampilkan jadwal kegiatan yang akan dilakukan pengguna lain <i>Photos</i> menampilkan foto yang diunggah <i>Friends</i> menampilkan teman pengguna <i>Applications</i>, fitur tambahan yang digunakan pengguna <i>Games</i> yaitu fitur permainan <i>Group</i> yaitu perkumpulan yang diikuti oleh pengguna - <i>Profil</i> menampilkan data diri pengguna - <i>Account</i>, fitur mengatur <i>Facebook</i> pengguna - <i>Timeline</i>, menampilkan 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Facebook</i> memiliki fitur <i>Games</i> sebagai hiburan - <i>Profil</i> yang dimiliki <i>Facebook</i> menampilkan identitas pengguna dengan lengkap - Fitur <i>Timeline</i> dapat digunakan untuk membagi foto, gambar, musik, <i>Link</i> atau lain-lainnya - Fitur <i>Chatting</i> yang memberikan kemudahan pengguna melakukan obrolan secara langsung dengan pengguna lain

			<ul style="list-style-type: none"> - kegiatan yang dilakukan teman pengguna - <i>Wall</i>, digunakan untuk mengetik komentar - <i>Chatting</i>, fitur obrolan 	
2.	<i>Twitter</i>	Jack Dorsey/Tahun 2006	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Home</i> (menampilkan <i>update</i> terbaru status pengguna lain) - <i>@Connect</i> (<i>Mention</i> yaitu interaksi dengan user lain) - <i>#Discover</i>, <i>Trending Topic</i> yaitu informasi yang sedang hangat diperbincangkan - <i>Me</i> (profil pengguna) - <i>Direct Message</i> (pesan pribadi berupa surat elektronik) - <i>Tweet</i> yaitu fitur untuk membuat status - <i>Follower</i> dan <i>Following</i>, menampilkan jumlah teman yang ikuti dan yang mengikuti - <i>Searches</i>, digunakan untuk mencari pengguna lain secara spesifik 	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan untuk menambah teman, cukup melakukan <i>Follow</i> dan tidak perlu disetujui oleh pengguna yang akan <i>Follow</i>. - Dapat lebih mudah mengganti status dengan tombol <i>Tweet</i>. - Orang-orang ternama banyak menggunakan <i>Twitter</i> seperti artis, pengguna dapat mengetahui kegiatan artis yang mereka <i>Follow</i> dengan cepat - Kecepatan dalam <i>update</i> informasi melalui <i>Tweet</i>

Sumber: diolah dari website wikipedia.com (<http://id.wikipedia.org/wiki/>) 2012

Pengguna jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* ini memiliki berbagai motif dan alasan mengapa mereka menggunakan jejaring sosial tersebut. Terdapat beberapa motivasi yang menyebabkan mereka menggunakannya antara lain untuk mendapatkan informasi, integrasi dan interaksi sosial dengan orang lain, menemukan identitas diri mereka, dan sebagai sarana hiburan (McQuail, 1987:146).

Motivasi tersebutlah yang nanti akan menghasilkan kepuasan yang didapat dari penggunaan media yaitu kepuasan akan informasi, kepuasan akan integritas dan interaksi sosial dengan orang lain, penemuan identitas diri, dan kesenangan serta kebahagiaan yang didapat dari hiburan yang diberikan oleh jejaring sosial tersebut. Pada *Facebook* misalnya, kepuasan akan interaksi dan integritas dengan orang lain dapat dipenuhi dengan aplikasi *Chatting* dengan pengguna lain, pada *Twitter* melalui *Tweet* dan *Re Tweet* dengan pengguna lainnya.

Pengguna jejaring sosial usia sekolah (umur 14 sampai 20 tahun) saat ini merupakan pengguna yang meningkat secara signifikan. Hal ini disebabkan karena besarnya rasa ingin tahu mereka akan jejaring sosial itu. Dalam hal ini peneliti mengaitkan dengan usia pelajar sekolah menengah atas.

Dari hasil pengamatan awal peneliti mengamati beberapa siswa SMAN 1 Padang Panjang, mereka menggunakan kedua jejaring sosial tersebut, yakni *Facebook* dan *Twitter*. Dari pengamatan awal tersebut dapat disimpulkan keunikan dari pengguna jejaring sosial di SMAN tersebut. Walaupun merupakan sekolah unggul (Surat Pemberitahuan Bidang Dikmenum Kanwil Depdikbud Sumbar tentang pembakuan sekolah unggul tingkat daerah Nomor.

1497/I.03.07/MN/1997 tanggal 17 Juni 1997 beserta petunjuk pelaksanaannya dan Surat Keputusan Ka. Kanwil Depdikbud Prop. Sumbar No.0603/08/MN/1997) dengan indeks prestasi tinggi yang dapat dilihat dari presentase lulusan SMPTN sejak tahun ajaran 2001 sampai 2011 selalu diatas 80 %, pengguna jejaring sosial di SMAN 1 Padang Panjang tersebut juga tinggi. Dari sepuluh siswa atau siswi yang diwawancarai oleh peneliti secara acak, semuanya memiliki akun jejaring sosial *Facebook* juga *Twitter* dan merupakan pengguna aktif. Mereka juga mengakui mengakses kedua jejaring sosial hampir setiap hari untuk melihat *Timeline*, *Tweet* dari pengguna yang mereka ikuti, *update* status atau mengetik *Tweet* yang berisi tentang apa yang mereka alami dan rasakan pada saat itu.

Kecenderungan pemakaian jejaring sosial sebagai media komunikasi tidak hanya terjadi di ibukota saja, namun juga merambah ke kabupaten kota hingga ke pelosok desa, ini terbukti dari wawancara singkat yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa siswa dan siswi SMAN 1 Padang Panjang. Kebanyakan teman-teman yang mereka kenali juga telah menggunakan jejaring sosial tersebut, *Facebook* maupun *Twitter*.

Berdasarkan permasalahan diatas, sekaligus karena adanya faktor kedekatan geografis, yakni peneliti yang bertempat tinggal di lokasi penelitian dan kedekatan psikologis (*proximity*), yaitu peneliti pernah menuntut ilmu disekolah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas tentang tingkat kepuasan pengguna situs jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* di SMAN 1 Padang Panjang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang peneliti rumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kepuasan yang diperoleh pelajar SMAN 1 Padang Panjang setelah menggunakan jejaring sosial *Facebook*?
2. Bagaimanakah kepuasan yang diperoleh pelajar SMAN 1 Padang Panjang setelah menggunakan jejaring sosial *Twitter*?
3. Bagaimanakah perbedaan tingkat kepuasan pelajar pengguna jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* di SMAN 1 Padang Panjang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelajar SMAN 1 Padang Panjang yang menggunakan jejaring sosial *Facebook*.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelajar SMAN 1 Padang Panjang yang menggunakan jejaring sosial *Twitter*.
3. Untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pelajar pengguna jejaring sosial antara *Facebook* dan *Twitter* di SMAN 1 Padang Panjang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai bahan kajian dalam ilmu komunikasi, khususnya kajian ilmu komunikasi bidang *new media* yang terfokus pada jejaring sosial.

2. Memberikan gambaran tentang bagaimana seseorang menggunakan media sebagai pemuas kebutuhannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan informasi tentang kepuasan yang diinginkan yang mendorong pengguna jejaring sosial untuk menggunakan *Facebook* dan *Twitter*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai jejaring sosial mana yang lebih memuaskan para penggunanya.