

BAB I

PENDAHULUAN

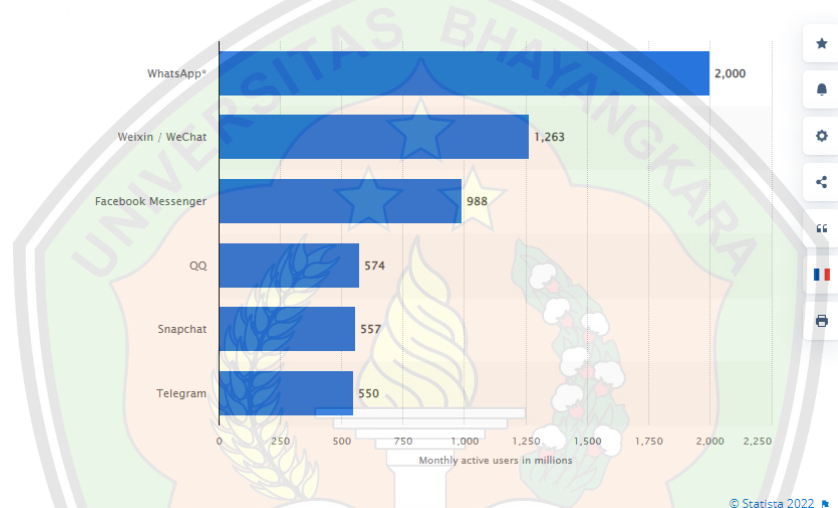
1.1 Latar Belakang

Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011). Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru.

Menurut (Chun yakni), *New Media* adalah penyederhanaan terhadap bentuk media di luar media massa konvensional televisi, radio, majalah, koran dan film. Sifat *New Media* adalah menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. Dalam perspektif studi media komunikasi massa media *online* menjadi objek kajian teori media baru yang mengacu pada akses Informasi kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta *feed back* pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media sebagai aspek generasi *real time*

Richard Hunter (2002), dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/ cybermedia*) menjadikan informasi sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Dalam media penyiaran *broadcast* dimana media merupakan pusat dari produksi pesan, dalam stasemberiun televisi, dan pesan itu disebarkan serta bisa dinikmati oleh siapa saja asal memiliki pesawat televisi atau sampai pada bagaimana khalayak mengakses media lama atau baru. Dalam proses pertukaran informasi media baru juga mampu memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk mengirim pesan berbentuk teks atau pesan singkat.

Salah satu aplikasi pesan singkat yang saat ini digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *Telegram*. Aplikasi *Telegram* sendiri memiliki logo seperti pesawat kertas putih di dalam lingkaran biru yang merupakan aplikasi kunjungan berbasis pesan. Penggunaannya tidak jauh berbeda dengan aplikasi bicara lain seperti *WhatsApp*, karena penggunaan aplikasi *Telegram* tidak hanya mengirim pesan ke orang lain. Bagaimanapun, aplikasi ini dapat menukar foto atau rekaman, stiker, dan jenis dokumen lainnya tanpa mengurangi ukuran dokumen.



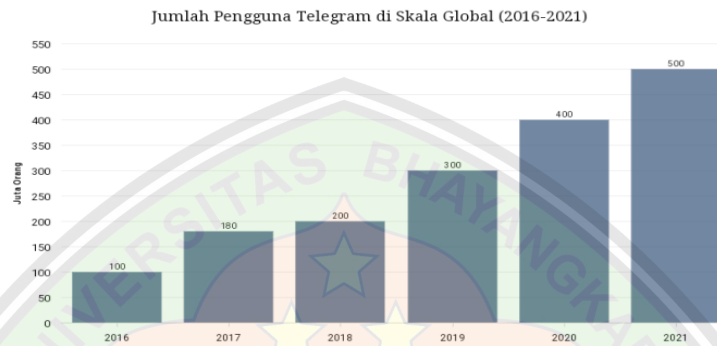
Gambar 1.1 Grafik Pengguna Aplikasi *Chatting*

Sumber : Statista

Pada grafik pengguna aplikasi *chatting* diatas menunjukkan bahwa aplikasi Telegram masuk pada urutan ke 6 dalam aplikasi *chatting* yang paling banyak digunakan. Yang kini juga sering digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat selain aplikasi *chatting* lainnya. Dilansir dari data Statista *Most Popular Global Mobile Messenger Apps 2022*, Telegram memiliki 557 juta pengguna aktif terhitung pada Januari 2022.

Telegram masih merupakan aplikasi yang umumnya baru. Telegram telah mengalami kemajuan penting sejak aplikasi ini dikirim pada tahun 2013. Tercatat

dalam laporan terbaru dari databoks.katadata.co.id, dinyatakan dalam laporan lanjutan bahwa pengguna Telegram telah mencapai 500 juta orang. di seluruh dunia pada Januari 2021. Informasi ini menunjukkan bahwa Telegram adalah pesaing kuat untuk Whatsapp. Perkembangan dari tahun ke tahun pengguna dari bulan ke bulan di seluruh dunia meningkat sebesar 25%.



Gambar 1.2 Gambar Grafik Pengguna *Telegram*

Sumber : databoks.katadata.co.id

Terlebih lagi, di dalam aplikasi *Telegram* terdapat berbagai highlight yang telah dimanfaatkan oleh para penggunanya. *Telegram* memiliki fitur yang disebut *Secret Chat*, keunggulannya adalah adanya kerangka keamanan perlindungan dan penggunaan fitur ini tidak dapat diakses dalam jangka panjang. Pengguna juga dapat melakukan *Secret Chat* dengan jangka waktu satu hari hingga beberapa minggu, ketika durasinya habis, *chat room* dan isinya akan terhapus secara alami. Fitur lain misalnya, *Multiple Accounts* adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memasukkan lebih dari satu catatan dalam aplikasi, ini tidak sama dengan *WhatsApp* yang dapat menggunakan satu catatan dengan nomor telepon yang sama. Selain itu, *Telegram* memberikan fitur *Slow Mode*, yang biasanya digunakan dalam banyak interaksi. Fitur ini memungkinkan *bot* dalam sebuah pertemuan untuk mencegah *spam* dalam interaksi tersebut. Selanjutnya *Anonymous Chat*, fitur ini adalah salah satu *bot* yang dapat membantu interaksi di mana pengguna *Telegram* akan menukar

pesan berbasis *internet* yang tidak biasa. Hal yang menarik tentang *bot* ini adalah bahwa setelah berinteraksi dengan pengguna yang berbeda, kita tidak dapat mengetahui kepribadian individu seperti nama, foto, orientasi dan bahkan usia. Pengguna hanya bertanya langsung dengan mengirim pesan, gambar, rekaman, catatan suara, atau dengan emoji. Sebagai pengguna dari *Anonymus Chat*, karakter pengguna dirahasiakan atau disimpan dan tidak akan ada kebocoran data apa pun.

Anonymus Chat termasuk memudahkan seseorang untuk berbagi tanpa perlu tatap muka dalam berinteraksi. Pesan ini juga bersifat verbal dan non verbal. Yang dibutuhkan dalam interaksi ini adalah bahasa. Interaksi adalah proses dimana orang-orang berkomunikasi saling mempengaruhi dalam pikiran dan tindakan. Menurut Setiadi dkk (dalam Permatasary & Indriyanto, 2016), pada dasarnya manusia dalam kehidupan sehari-hari tidaklah lepas dari hubungan satu dengan yang lain, dimana perilaku antar individu saling mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku individu yang lain atau sebaliknya.

Interaksi yang telah dilakukan oleh satu individu terhadap individu lain melalui fitur *Anonymous Chat*, menimbulkan adanya tahap pertukaran yang memfasilitasi komunikasi tetapi tidak memungkinkan kedua individu membentuk hubungan yang bermakna berdasarkan diri, sifat, dan kepribadian masing-masing. Meskipun kedua individu telah bertukar pesan, pertukaran ini tidak membentuk hubungan semakin dekat dan intim.

Fitur *Anonymus Chat* Telegram cukup familiar dikalangan anak muda. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan N / (Nop), mengatakan bahwa :

“Motifasi untuk menggunakan fitur *Anonymus Chat* Telegram karena merasa untuk berinteraksi oleh teman *virtual* lebih asik daripada berinteraksi dengan teman yang berada di kehidupan nyata. Dan saya terlalu *introvert* untuk berinteraksi kepada orang-orang yang berada di kehidupan nyata” (Wawancara, 30 Agustus 2022).

Saat ini orang berkomunikasi tidak harus bertemu secara langsung atau *face to*

face dengan lawan komunikasinya, hal ini memungkinkan untuk selalu berkomunikasi dengan seseorang yang jauh, sehingga kita dapat berkomunikasi dengan orang yang tidak kita kenal.

Hal ini tidak lepas dari pesatnya teknologi komunikasi yang tumbuh sangat pesat, dan adanya konvergensi media massa berakibat munculnya media sosial dan banyaknya jejaring sosial yang dapat menemukan teman-teman kita yang sudah lama tidak bertemu melalui media sosial tersebut. Sisi positifnya adalah masyarakat akan mendapatkan informasi yang terbaru dan cepat di berbagai bidang (Zamroni Muhamad, 2009)

Menurut BNET Business Dictionary (dalam Uno, 2010), Teknologi komunikasi adalah perangkat elektronik yang dapat dipakai untuk berkomunikasi antar partisipan atau kelompok yang tidak dapat bertemu secara langsung di lokasi yang bersamaan. Bentuk dari teknologi komunikasi yaitu telpon, telex, fax, radio, televisi *electronic data interchange and electronic mail (e-mail)*. Sementara menurut Abnar (2003), yang dimaksud dengan teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras (*hardware*) dalam sebuah struktur organisasi yang memaknai nilai sosial, dan seluruh individu dapat mengumpulkan, memproses, dan saling bertukar informasi dengan partisipan yang lain.

Kehadiran internet adalah fitur besar di semua bagian keberadaan manusia. Peningkatan internet sangat cepat dibandingkan dengan media lain. Dengan adanya internet, penyebaran data dan surat menyurat dapat dilakukan secara efektif melalui mediator dari media. Di Indonesia, pemanfaatan internet telah tidak lagi asing bagi mereka. Memang internet sebenarnya telah dimanfaatkan oleh banyak kalangan mulai dari yang muda hingga yang tua, orang-orang seolah-olah internet merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi mereka. Motivasi di balik menggunakannya juga berubah, mulai dari mengakses berbagai jenis media online, berbicara satu sama lain, film atau rekaman waktu nyata, dan banyak lagi alasan untuk menggunakan internet. Pada tahun 2022, pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta. Data pengguna

internet dapat dilihat pada grafik Hootsuite (We are social) Indonesia Digital Report 2022.



Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: databoks

Internet sebenarnya telah dimanfaatkan oleh banyak kalangan mulai dari yang muda hingga yang tua, orang-orang seolah-olah internet merupakan kebutuhan pokok bagi mereka. Motivasi di balik menggunakannya juga berbeda, mulai dari mengakses berbagai jenis media online, berbicara satu sama lain, film atau rekaman berbasis internet, dan banyak lagi alasan untuk menggunakan internet.

Selain itu jika interaksi yang terjadi melalui komunikasi impersonal adalah memfasilitasi tetapi membatasi isyarat sosioemosional, isyarat sosioemosional yang dimaksud adalah indikator nonverbal dan verbal. Sinyal-sinyal ini seringkali berbentuk gerak tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, sikap, kontak mata, dan kedekatan.

Bahwa beberapa penelitian sebelumnya oleh Nuredayu Omar (2021), terkait Komunikasi Impersonal membahas Komunikasi Bukan Lisan dengan judul

Komunikasi Bukan Lisan Dalam Konteks Kehadiran Sosial Di Ruang Maya. Hasil penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya komunikasi bukan lisan dalam kalangan pelajar walaupun proses pengajaran dan pembelajaran dilaksanakan secara daring

Interaksi yang telah dilakukan oleh satu individu terhadap individu lain melalui fitur *Anonymous Chat*, menimbulkan adanya tahap pertukaran pesan yang memfasilitasi tetapi membatasi pertukaran informasi yang berkaitan dengan identitas tentang dirinya. Jika pada tahap pengenalan ini tidak mendapatkan *feedback* positif dari lawan bicaranya, maka terjadi komunikasi tetapi tidak memungkinkan peserta untuk membentuk hubungan yang bermakna berdasarkan diri, sifat, dan kepribadian masing-masing. Jika tidak ada rasa percaya antara satu sama lain dan kurangnya interaksi maka hubungan pun tidak akan berjalan dengan baik yang mengakibatkan hubungan tidak akan mengalami kemajuan dan berakhir.

Dalam penelitian ini, berfokus pada remaja yang menggunakan fitur *anonymus chat* sebagai subjek penelitian mengingat dalam menggunakan aplikasi *Telegram* merekalah yang mendorong kecenderungan untuk melakukan komunikasi impersonal. Melibatkan fitur *Anonymus Chat* dapat membuka pintu bagi orang-orang untuk lebih mengembangkan interaksi dalam membangun koneksi. Melalui media, untuk lebih spesifik *Telegram* kuat dan akan merasa dekat satu sama lain meskipun fakta bahwa mereka belum pernah bertemu dekat dan pribadi.

Berdasarkan fakta-fakta di atas penulis ingin mencari tahu komunikasi yang terjadi antar pengguna di *Anonymus Chat Telegram*.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang masalah tersebut sehingga rumusan masalah pada penelitian ini yakni, bagaimana interaksi remaja dalam fitur *Anonymus Chat Telegram*?

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait rumusan masalah yang telah ditemukan tersebut sehingga terdapat

tujuan dari penelitian ini. Tujuan penelitian tersebut yakni:

1. Alasan remaja menggunakan fitur *Anonymus Chat*?
2. Aktifitas yang dilakukan remaja ketika menggunakan fitur *Anonymus Chat*?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini yaitu diharapkan agar dapat memberikan sumbangsih pada bidang Ilmu Komunikasi dalam penggunaan media serta dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini yaitu diharapkan agar pengguna *Telegram* dapat memanfaatkan fitur *Anonymus Chat* secara positif, lebih bijak dan bertanggung jawab saat berinteraksi.