

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Masyarakat dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Begitupun komunikasi prosesnya tidak dapat dilakukan tanpa adanya media komunikasi. Media komunikasi merupakan sebuah perantara agar seorang individu dapat berkomunikasi dengan baik dengan individu yang lainya. Melalui media komunikasi, seorang individu dapat memberikan pesan kepada orang lain sesuai dengan kebutuhan yang dikehendaki. Akan tetapi dengan semakin berkembangnya peradaban media komunikasipun mengalami perkembangan yang cukup dinamis. Media yang dahulu dilakukan dengan pola pola tradisional, kini dapat dilakukan dengan lebih mudah seiring dengan lebih canggihnya media komunikasi yang dapat diakses, bahkan untuk seluruh kalangan.

Sejak kemunculan internet, perkembangan teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Komunikasi merupakan salah satu bidang yang mengalami perkembangan dari teknologi tersebut. Bukti dari perkembangan teknologi dibidang komunikasi adalah munculnya media-media sosial yang dapat membantu seseorang untuk melakukan komunikasi jarak jauh melalui media tersebut dengan jumlah pengguna yang tidak sedikit dan dari berbagai kalangan. Diantara dari media-media tersebut adalah : WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line , Tiktok dan lain-

lain. Media ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berkomunikasi satu sama lain atau memberikan informasi dalam jarak jauh sekalipun.

Melihat antusiasme masyarakat yang demikian besar terhadap internet, berbagai inovasi berbasis internet mulai muncul ke permukaan masyarakat. Salah satunya adalah media sosial yang bertujuan sebagai media komunikasi baru dengan basis utama internet. Akan tetapi pada realitanya, perkembangan media sosial berada diluar ekspekstasi sebelumnya.<sup>1</sup>

Sebagai negara yang terletak di wilayah Asia Pasifik, Indonesia menjadi bagian dari 4,3 milyar total penduduk di wilayah ini. Separuh lebih dari populasi tersebut, sekitar 56% atau 2,42 milyar di antaranya sudah mendapatkan akses internet. Dan tepat separuhnya, yakni sekitar 2,14 milyar penduduk telah menggunakan sosial media.<sup>2</sup> Menurut laporan APJII (*Assosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*) sosial media yang paling banyak penggunaannya adalah facebook. Yaitu sebesar 71,6 juta pengguna (54%), dan urutan kedua adalah Instagram, yakni sebesar 19,9 juta pengguna (15%). Data yang disajikan APJII menunjukkan bahwa masyarakat sudah sangat bergantung pada media sosial untuk mempercepat hubungan komunikasi antara individu kepada individu maupun individu

---

<sup>1</sup> Subandy, Idi. 2011. kritik budaya komunikasi: budaya, media, dan gaya hidup dalam proses demokratis indonesia.

<sup>2</sup> Ramadhan, B. (2020). Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020. Teknoia.

kepada kelompok. Kondisi tersebut seperti kelaziman yang mengubah bagaimana cara berkomunikasi pada era yang serba digital ini<sup>3</sup>.

Penemuan di bidang teknologi internet menyebabkan tidak hanya memunculkan media baru saja, namun juga telah mengubah berbagai macam aspek kehidupan manusia. Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas. Pesan itu disebarkan melalui media modern dalam menyebarkan pesan-pesannya dengan maksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. Kita bisa mengetahui aktivitas orang lain melalui media sosial, sementara walaupun kita tidak kenal dan tidak pernah bertemu tatap muka (offline) dengan orang tersebut. Terlepas dari tujuan dan manfaat apa yang didapatkan dari perangkat tersebut, teknologi telah memberikan akses kepada seseorang untuk menjadi bagian dari masyarakat jejaring (*Network Society*) tanpa batasan-batasan demografis, budaya, sosial, dan sebagainya. Disadari atau tidak teknologi dan media baru memberikan dampak di segala aspek kehidupan manusia. Kenyataannya media sosial sebagai medium dalam menyebarkan informasi sebuah peristiwa bahkan yang baru terjadi. Dampak yang bisa kita amati dari perkembangan teknologi terutama pada media sosial adalah semakin sempitnya ruang sosial dan pola interaksi masyarakat beriringan dengan tekanan emosi yang rendah membuat media

---

<sup>3</sup> Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media

sosial menjadi ajang untuk menyalurkan emosi masing-masing. Dengan fasilitas media sosial yang mendukung seseorang untuk menuangkan apa yang dipikirkan tanpa harus banyak mempertimbangkan interaksi sosial seperti yang dilakukan ketika berinteraksi secara langsung, seseorang dapat menuangkan apa yang dirasakan termasuk emosi sekalipun lewat beberapa fitur yang tersedia seperti story ataupun feed. Untuk itu sangat dianjurkan bagi pengguna agar lebih memahami kebijakan dalam menggunakan media sosial, karena selain terdapat banyak dampak positif tak jarang juga media sosial memberikan dampak yang negatif baik kepada penggunanya sendiri ataupun kepada pengguna lain. Namun terlepas dari itu, media sosial merupakan sebuah media yang dengan banyak dampak positif termasuk membantu masyarakat mempermudah banyak hal dari berbagai bidang, bahkan tak jarang sebagai sumber pekerjaan bagi penggunanya.

Media sosial memberikan dampak positif diantaranya adalah memberikan kemudahan pada masyarakat untuk melakukan interaksi dengan banyak orang, memperlebar pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, memberikan kemudahan dalam mengekspresikan diri, proses penyebaran pesan dan informasi bisa dengan sangat cepat tanpa menghabiskan banyak biaya. Namun media sosial juga memberikan dampak negatif seperti halnya orang-orang yang dekat menjadi jauh, kemudian interaksi yang dilakukan secara tatap muka mulai menurun, menjadikan orang-orang kecanduan karena internet, mulai melahirkan konflik-konflik baru, hadirnya masalah privasi yang tidak ada batasannya lagi, dan yang

sangat terasa adalah begitu rentannya bagi pengguna media sosial untuk terkena pengaruh buruk dari orang lain.<sup>4</sup>

Media sosial menjadi lebih banyak diminati masyarakat dari berbagai kalangan, selain memperluas komunikasi, media sosial dilengkapi beberapa fitur yang menambah daya Tarik dari media sosial. Salah satu fitur yang baru saja muncul belakangan ini di media sosial adalah fitur avatar.

Fitur avatar digunakan untuk representasi diri, mengekspresikan identitasnya, dan eksplorasi identitas. Representasi diri dalam arti ini yaitu berupa menunjukkan dirinya sebagai satu tokoh atau karakter baik terlepas sesuai dengan fisiknya di dunia nyata ataupun tidak. Penggunaan avatar juga menjadi bentuk ekspresi terhadap identitas, dimana ketika seseorang berjelajah melalui dunia virtual, maka ada identitas yang ditunjukkan sebagai ciri khas dari seseorang dan bagaimana ia ingin dikenal. Disamping itu ada juga wujud eksplorasi identitas yang mana ada kemungkinan bahwa seseorang masih mencari jati diri yang belum ditemukan, atau mungkin mengganti atau menambahkan jati diri barunya dengan berjelajah melalui dunia virtual.<sup>5</sup>

orang-orang akan dengan hati-hati mengelola bagaimana mereka menampilkan diri yang tak lain adalah dengan tujuan untuk bisa mengoptimalkan apa yang mereka miliki dalam memenuhi tujuan sosial.

Dalam hal ini Avatar menjadi salah satu media untuk bisa menampilkan diri,

---

<sup>4</sup> Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 140-157

<sup>5</sup> Kristine L. Nowak and Jesse Fox, *Avatars and Computer Mediated Communication: A Review of the Definitions, Uses, and Effects*

yang mana tentu setiap individu yang menggunakan avatar akan memiliki tujuannya masing-masing. Begitu juga dalam menentukan seperti apa avatar yang akan digunakan menjadi sebuah jalan yang akan mengantarkan bagaimana seseorang ingin dilihat dan dipandang melalui dunia virtual.<sup>6</sup> Avatar memiliki lebih dari 40 buah dengan gaya yang berbeda beda sehingga seseorang dengan menggunakan avatar akan benar benar menampilkan sesuai dengan apa yang ingin mereka ekspresikan, terlebih avatar dapat dicustomisasi sedemikian rupa dari mulai warna kulit, bentuk wajah, bentuk mata, gaya rambut, gaya baju dan lain-lain sehingga akan hampir sesuai dengan representasi diri dari pengguna tersebut.

Penggunaan avatar memberikan pengaruh besar terhadap dunia komunikasi virtual, dengan menggunakan avatar dapat menggambarkan bagaimana perilaku terhadap orang lain dan kebiasaan yang dilakukan. Ketika seseorang menggunakan avatar, maka akan menjadi pengaruh seseorang dalam memahami persepsi diri, bertindak dengan orang lain dan melakukan kebiasaan.

Avatar dapat mengekspresikan apa yang tidak bisa diekspresikan oleh fitur lainnya, dan membuat avatar banyak diminati oleh pengguna media sosial dari berbagai kalangan. Hal itu membuat peneliti ingin mengetahui lebih lanjut sejauh mana penggunaan fitur avatar pada media sosial, dan bagaimana peran fitur avatar terhadap komunikasi di media sosial. Dan juga

---

<sup>6</sup> Kristine L. Nowak and Jesse Fox, *Avatars and Computer Mediated Communication: A Review of the Definitions, Uses, and Effects*

apa dampak yang ditimbulkan dari fitur avatar. Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti mengambil judul : “ **Interaksionisme Simbolik Penggunaan Fitur Avatar pada Media Sosial**”.

## **B. Fokus Penelitian**

berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan oleh peneliti adalah :

1. Se jauh mana avatar digunakan dalam berinteraksi di media sosial ?
2. Apa peran avatar dalam interaksi di media sosial ?
3. Bagaimana dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dari penggunaan avatar ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditulis diatas, maka peneliti akan merumuskan penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fenomena dari penggunaan fitur avatar di media sosial.
2. Untuk mengetahui peran apa yang didapatkan dari penggunaan fitur avatar.
3. Untuk mengetahui dampak positif dan yang ditimbulkan dari penggunaan fitur avatar.

## **D. Kegunaan Penelitian**

## **1. Secara Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini di harapkan meenjadi rujukan dan pengembangan ilmu komunikasi, yaitu dalam hal studi mengenai interaksi secara simbolik pada penggunaan avatar di media sosial.
- b. Di harapkan dapat menjadi wahana dalam meningkatkan kompetensi peenelitian dan penulisan serta ilmu pengetahuan.

## **2. Secara Praktis**

- a. Penelitian ini berfungsi bagi para sineas film untuk lebih memahami bahwa media sosial dengan fitur fitur yang ada dapat menjadi suatu pijakan sehingga mendorong para pegiat media sosial untuk lebih menggambarkan nilai-nilai yang telah hilang dan luntur, khususnya dalam berinteraksi di media sosial.
- b. Memberi konstribusi bagaimana cara memahami penggunaan media sosial sebagai interaksi sosial yang di tinjau dari pesan moral.
- c. Untuk memenuhi syarat memperoleh gelar strata satu (S1) pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri.

## **E. Definsi Operasional**

Penelitian ini berjudul “ interaksionisme simbolik penggunaan fitur avatar pada media sosial”. Dan untuk mendapatkan kesamaan pengertian serta untuk menghindari terjadinya kekeliruan dalam penafsiran judul ini.

Penulis perlu memberikan penjelasan terhadap istilah-istilah yang dipakai dalam judul ini dalam beberapa definisi sebagai berikut :

1. Interaksionisme

Menurut kamus komunikasi<sup>7</sup> definisi interaksi adalah proses saling mempengaruhi dalam bentuk perilaku atau kegiatan di antara anggota-anggota masyarakat, jadi interaksi adalah proses saling mempengaruhi antar individu maupun kelompok pada kegiatan kegiatan sosial.

2. Simbolik

Simbolik berasal dari bahasa Latin “Symbolic(us)” dan bahasa Yunani “symbolicos”, simbolik bersifat melambangkan sesuatu, salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang, dimana manusia adalah satu-satunya hewan yang biasanya menggunakan dengan cara lambang.<sup>8</sup>

3. Avatar

Avatar didefinisikan sebagai karakter yang mewakili individu dalam lingkungan online. Avatar ini menjadi salah satu bentuk identitas diri bagi para pengguna secara visual. Karena dengan adanya avatar ini, pengguna lain dapat dengan mudah membedakan pengguna yang satu dengan yang lain dilihat dari foto profil nya<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Effendy, Onong Uchjana, 1989, Kamus Komunikasi, Bandung: Mandar Maja

<sup>8</sup> Mulyana, Deddy, 2008, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

<sup>9</sup> Mazlan, M. N., & Abu Bakar, M. A. (2013). Students' Perception of Self-Presentation

#### 4. Media sosial

Media sosial merupakan media online yang dengan media tersebut para pengguna akan dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Jejaring sosial merupakan bentuk media yang umum digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan di seluruh dunia.

#### F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu sebagai referensi dan acuan peneliti untuk mempelajari yang berkenaan dengan judul adalah :

<b>No</b>	<b>NAMA</b>	Risman maulana, anne maryani
<b>1.</b>	<b>JUDUL</b>	Makna avatar couple pada pengguna media social discord
	<b>JENIS DAN TAHUN</b>	Artikel ilmiah 2022
	<b>TUJUAN</b>	Untuk mengetahui motif pengguna media sosial discord dalam menggunakan avatar couple. Mengetahui pengalaman pengguna media sosial discord dalam menggunakan avatar couple dan mengetahui makna avatar couple
	<b>HASIL</b>	Avatar merupakan sebuah fitur dari beberapa media social yang sedang booming dan banyak digunakan oleh pegiat media social dari berbagai kalangan. Avatar banyak diminati karena dapat mengekspresikan diri yang tidak bisa dilakukan dengan fitur yang lain.
	<b>PERSAMAAN</b>	Dalam penelitian ini dan penelitian yang akan di lakukan sama-sama menggunakan metode

		penelitian kualitatif pendekatan fenomenologi dan menggunakan teori interaksionisme simbolik.
	<b>PERBEDAAN</b>	Dalam penelitian terdahulu focus penelitian pada makna dari avatar sedangkan penelitian ini focus pada sejauh mana dan dalam konteks apa penggunaan fitur avatar.
<b>No</b>	<b>NAMA</b>	Zike martha
<b>2</b>	<b>JUDUL</b>	Penggunaan fitur media social Instagram stories sebagai media komunikasi
	<b>JENIS DAN TAHUN</b>	Jurnal 2021
	<b>TUJUAN</b>	Untuk mengetahui bagaimana fitur tersebut dalam membantu berinteraksi pada komunikasi dalam media social.
	<b>HASIL</b>	Instagram story merupakan salah satu fitur dari media sosial Instagram yang begitu banyak digemari saat ini. Pada fitur ini para penggunanya dapat membagikan foto dan video yang bersifat sementara dan akan menghilang setelah 24 jam. Dari Instagram story inilah banyak para pengguna akun Instagram yang mengekspresikan kepribadian mereka masing-masing. Salah satu tujuannya yaitu untuk memenuhi kepuasan serta kesenangan dirinya dengan membagikan konten berupa video, foto atau gambar, atau kata-kata ke Instagram khususnya fitur Instagram story dengan maksud untuk mendapatkan kebebasan berekspresi dalam memenuhi kepuasan tersendiri

	<b>PERSAMAAN</b>	Sama-sama menggunakan metode penelitian fenomenologi kualitatif teori interaksionisme simbolik. Dan sejauh mana penggunaan fitur tersebut pada interaksi di media sosial
	<b>PERBEDAAN</b>	Penelitian terdahulu focus terhadap fungsional dari fitur tersebut sebagai media untuk berinteraksi dan berkomunikasi di media sosial. sedang penelitian penulis focus terhadap penggunaan dalam konteks apa, peran dan dampaknya
<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	Zulkarnain hamson
<b>3</b>	<b>JUDUL</b>	Interaksionisme Simbolik Pengguna Media Sosial Facebook dan WhatsApp Pada Isu Covid-19
	<b>JENIS DAN TAHUN</b>	Jurnal 2021
	<b>TUJUAN</b>	Untuk mengetahui interaksi secara simbolik pengguna media social facebook dan whatsapp dalam isu covid 19
	<b>HASIL</b>	Penelitian memberikan gambaran bahwa pengguna media social Facebook dan WhatsApp di Indonesia, memiliki tingkatan respon yang berbeda-beda pada fenomena epidemi Covid-19, dengan pola agamis, medis, politis dan humoris. Penelitian ini juga menjelaskan rendahnya kesadaran pengguna Facebook dan WhatsApp, di Indonesia akan pentingnya menyaring dan menyebarkan informasi. Masyarakat Indonesia pengguna Facebook dan WhatsApp mempunyai keberanian untuk memproduksi

		informasi yang tidak akurat dan bahkan berkategori Hoax, informasi palsu dan menyesatkan
	<b>PERSAMAAN</b>	Kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penulis adalah bagaimana penggunaan media social dalam berinteraksi secara simbolik.
	<b>PERBEDAAN</b>	Fokus kajian dalam karya ini adalah bagaimana hasil dari penggunaan media social sehingga menghasilkan interaksi secara simbolik, sedangkan penelitian penulis masih dalam konteks apa penggunaan fitur dalam interaksi secara simbolik
<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	Isma dwi fiani, oemar madri bafadhal, lingga detia
<b>4</b>	<b>JUDUL</b>	Fenomena penggunaan invisibility avatar pada akun media social anak.
	<b>JENIS DAN TAHUN</b>	Jurnal 2022
	<b>TUJUAN</b>	Untuk mengetahui bahwasanya lingkungan di internet memungkinkan seseorang untuk menampilkan dan mengidentifikasi dirinya menjadi sesuatu yang tidak mungkin dilakukan di dunia nyata. Media sosial menawarkan suatu identitas online yang dapat berbeda sangat jauh dari apa identitas anak-anak tersebut pada dunia offline. Profile picture sebagai tanda pengenal nomor satu untuk berinteraksi dengan orang lain di media sosial tersebut diganti dengan gambar yang tidak berkaitan langsung dengan dirinya

	<b>HASIL</b>	Ketika seorang anak menyembunyikan sebagian atau keseluruhan dari aspek-aspek yang ada dalam kehidupan nyata di dalam profile picture sebagai avatar mereka, dari perspektif interaksi simbolik hal ini tentu berkaitan erat dengan interaksi mereka dengan lingkungannya. Karena, hal tersebut merupakan hasil dari negosiasi dirinya dengan masyarakat (society), yang pada akhirnya mengkonstruksi pemaknaan diri dan identitas yang ia tampilkan di media sosialnya.
	<b>PERSAMAAN</b>	Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah mengidentifikasi sejauh mana penggunaan fitur avatar beserta fungsinya.
	<b>PERBEDAAN</b>	Subjek yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah anak-anak yang akan berbanding terbalik pembahasannya dengan selain anak-anak