

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam Penelitian ini penulis memaparkan tiga penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang diteliti tentang Eksistensi media sosial Litmatch (Studi kasus remaja di kelurahan sukajadi)

Irvi Khuria Turrosidah (2019) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, dalam skripsinya yang berjudul “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya”. Penelitian ini Menggunakan metode kualitatif peneliti memilih jenis penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian kali ini karena ingin mengetahui secara lebih detail mengenai motif penggunaan media sosial Instagram oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi FDK Universitas Islam Negeri Surabaya. Dalam skripsi ini peneliti menggunakan teori new media, bahwa peneliti melihat fenomena begitu banyaknya mahasiswa yang menggunakan Instagram secara terus menerus setiap harinya, sehingga dengan pendekatan fenomenologis ini peneliti akan melihat apakah saja motif mereka menggunakan Instagram.

Meskipun sama sama meneliti tentang media sosial, namun tetap saja penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu. Penelitian Irvi lebih menekankan pada fenomenologis motif penggunaan banyaknya mahasiswa menggunakan instagram terus menerus, sedangkan penelitian ini berbicara mengenai identitas apa yang ditunjukkan oleh pengguna media sosial Litmatch.

Alfiana Yuniar Rahmawati (2019) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam Skripsinya yang berjudul Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku *Narsisme* Remaja Muslim Komunitas *Muser Jogja Squad*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian korelasi. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuisioner. Sedangkan teori yang digunakan adalah teori sor bahwa intensitas seberapa sering remaja muslim muser jogja *squad* mengakses aplikasi tiktok. Meskipun sama sama meneliti tentang media sosial, penelitian Alfiana berbeda dengan penelitian ini penelitian Alfian menggunakan identitas aplikasi tiktok terhadap perilaku narsisme, sedangkan penelitian ini menggunakan identitas aplikasi Litmatch pada remaja.

Efy Alfian Janah (2018) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dalam skripsinya yang berjudul Media sosial dan anak remaja (studi kehidupan sosial

facebooker anak remaja di Desa Balesono Kecamatan Ngunut Tulungagung).

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Serta penelitian menggunakan pendekatan Teori Tindakan Sosial – Max Weber. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu bagaimana kehidupan sosial *facebooker* anak remaja dan faktor – faktor yang melatarbelakangi anak remaja menjadi *facebooker* di Desa Balesono Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Hal penelitian ini ada dua temuan; pertama, kehidupan sosial *facebooker* anak remaja ketika di dunia maya saat ini mengalami penurunan karena disibukkan oleh kegiatan sekolah. Kedua; faktor yang melatarbelakangi anak remaja menjadi seorang *facebooker* sangat beragam diantaranya; untuk mencari atau menyampaikan informasi menambah pengetahuan, mencari dan mempertahankan relasi pertemanan, membuka peluang bisnis, mengikuti gaya masa kini. Sedangkan Penelitian ini berbicara tentang respon apa saja yang ditunjukkan oleh pengguna media sosial Litmatch.

Dari ketiga penelitian terdahulu, peneliti dapat simpulkan bahwa penelitian yang dilakukan sangat berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu, meskipun penelitian terdahulu dijadikan acuan, namun tetap saja berbeda. Penelitian ini

menekankan pada identitas media sosial Litmatch pada remaja serta mengetahui seberapa pentingnya identitas tersebut.

2.2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu kegiatan pertukaran informasi antara individu satu dengan lainnya. Komunikasi telah mempunyai peranan penting dalam aspek kehidupan manusia karena komunikasi merupakan kegiatan dasar bagi manusia baik dilakukan dengan sengaja ataupun tidak sengaja. Banyak definisi akan komunikasi adalah sesuai dilihat darimana sudut pandang yang digunakan. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui media atau saluran tertentu.

Komunikasi merupakan sebuah proses interaksi dilihat dari sudut pandang biologi komunikasi dari eksperimentasi adalah kecenderungan bertindak dengan upaya individu yang terlibat secara aktif dalam aspek kehidupan manusia (Facrul, 2017).

Menurut (Karyaningsih, 2018) , terdapat empat tingkatan komunikasi:

2.2.1. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah Komunikasi Diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang.

2.2.2. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya dan memandang sebaagain bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota mungkin mempunyai peran yang berbeda-beda.

2.2.3. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Oleh karena itu, organisasi dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok-kelompok.

2.2.4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak, elektronik, berbiaya relative mahal yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen.

Sedangkan fungsi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy 2009 (Azeharie, 2016), mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

- a) Menginformasikan (*to inform*) Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide (pikiran dan tingkah laku orang lain), serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
- b) Mendidik (*to educated*) Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

c) Menghibur (*to entertain*) Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi. Pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

d) Mempengaruhi (*to influence*) Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jika pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

2.3. Pengertian Media Baru atau New Media

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat dewasa ini, telah membuat dunia terasa makin luas dan ruang seolah menjadi tak berjarak lagi. Perubahan informasi kini tidak lagi dalam jangka minggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan waktu tiap detik. Istilah ‘media baru’ (new media) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, McQuail menjelaskan bahwa “Media Baru atau *New Media* adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”

menurut Denis McQuail 2011 ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.(Utomo, 2013) Internet merupakan salah satu bentuk media baru.Semua informasi yang dibutuhkan manusia kini dapat ditemukan dan dipelajari secara mendetail di internet. Ada jutaan situs web yang didedikasikan untuk semua jenis topik. Kekayaan informasi ini membantu orang untuk lebih memahami hal-hal yang mungkin tidak pernah mereka pikirkan atau pedulikan sebelumnya.

2.4. Pengertian Media Sosial

Penggunaan sarana media komunikasi saat ini telah berkembang begitu pesat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, dimana kita diperhadapkan kepada banyak pilihan untuk dapat menyampaikan/mengakses informasi baik melalui media konvensional seperti media cetak maupun media elektronik dan yang paling berkembang adalah media sosial.Pengertian media sosial adalah sebuah media *on line*, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial (*Facebook, Youtube, Myspace* dan *Twitter*), wiki, forum dan dunia

virtual. Kehadiran situs jejaring sosial atau sering disebut dengan media sosial seperti facebook twitter dan skype merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber (Nasrullah, 2014). Dalam penggunaan media sosial yang paling sering digunakan orang adalah jejaring sosial, karena situs ini memungkinkan orang untuk membuat web page pribadi, yang dapat terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Penggunaan media sosial memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, baik teman, keluarga yang tidak memungkinkan dilakukan melalui *face to face* karena faktor jarak. Kita dapat mengirimkan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat, begitu pula dalam mengakses informasi yang kita butuhkan. Media sosial dapat dijadikan sarana untuk saling berbagi, saling bertukar foto, data dan dokumen lainnya. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana promosi dengan berbagai produk/jasa yang dapat ditawarkan kepada pengguna media sosial tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar tetapi dengan keuntungan yang berlipat ganda. Jadi tidak heran kalau saat ini telah menjamur bisnis *on line* melalui media sosial, bahkan di kota-kota besar penggunaan komunikasi

politik melalui media sosial menjadi media yang cukup ampuh untuk mempengaruhi pasangan calon.

2.5 Pengertian Litmatch

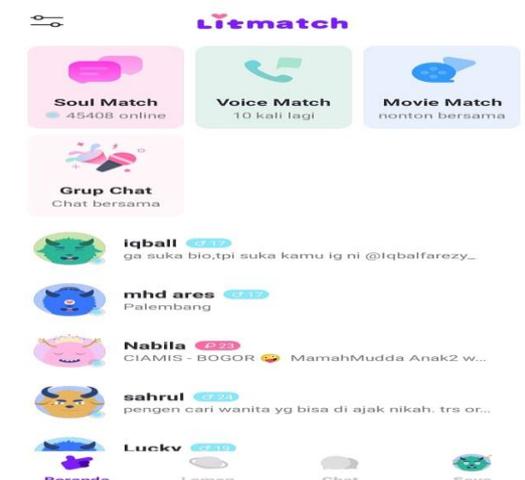
Litmatch merupakan sebuah aplikasi yang bisa digunakan untuk bertemu orang baru dan bersenang-senang dengan orang baru. Jadi, melalui aplikasi Litmatch, penggunanya bisa mencari dan mendapatkan orang baru atau teman baru secara online. Baik itu teman baru berjenis kelamin laki-laki maupun teman baru berjenis kelamin perempuan dengan asal dan umur yang beragam untuk diajak bersenang-senang. Tak hanya mengobrol saja, didalam aplikasi Litmatch juga bisa melakukan aktivitas lainnya seperti berbagi status. Status yang dibagikan pula merupakan status dalam bentuk suara dan status dalam bentuk foto. Pengguna bisa membagikan status tersebut kapan saja dan dimana saja, yang terpenting status yang dibagikan tidak melanggar peraturan yang dibuat oleh pihak Litmatch. Pengguna bisa bersenang-senang dengan teman baru di aplikasi Litmatch tersebut dengan cara mengobrol antar sesama pengguna Litmatch. Nah, pengguna bisa mengobrol dalam bentuk obrolan teks dan panggilan seperti panggilan suara dan panggilan video.

2.5.1 Fitur-Fitur Litmatch

Berikut ini adalah pengertian beberapa fitur-fitur yang ada dalam Litmatch

- a) *Soul game* : Mengobrol dengan batas selama 3 menit, tambahan satu sama lain sebagai teman ketika antar sesama pengguna merasakan kecocokan
- b) *Voice game* : Panggilan terbatas selamat 7 menit, pengguna bisa melakukan panggilan untuk bersenang-senang kapanpun dan dimanapun.
- c) *Movie game* : Pengguna bisa menonton film yang direkomendasikan oleh pengguna aplikasi Litmatch lainnya, topic umum bisa mencairkan suasana dan mengobrol dengan nyaman
- d) Baca garis tangan : Memprediksi kesehatan dan pekerjaan pengguna.

Berikut ini adalah gambar dari aplikasi Litmatch



2.6. Identitas Diri

Identitas diri merupakan susunan gambaran diri individu sebagai seseorang menurut Michael Heacth dan koleganya dalam (Litthe John, 2014) pada teori komunikasi tentang identitas, identitas adalah sebuah penghubung utama antara individu dan masyarakat serta komunikasi merupakan mata rantai yang memperoleh hubungan ini terjadi. Identitas yang ada adalah kode yang mendefinisikan keanggotaan individu dalam komunitas yang beragam. Kode yang terdiri dari symbol, seperti bentuk pakaian dan kepemilikan dengan kata-kata. Seperti gambaran diri atau benda yang biasanya individu katakana dan makna yang individu dan orang lain hubungkan terhadap benda-benda atau atribut-atribut tersebut.

Pada komunikasi yang dibangun melalui situs jejaring sosial, identitas ini ditunjukkan dengan menggunakan symbol, kata-kata dan makna yang ditampilkan melalui teks, grafik, gambar, audio , dan video. Identitas diri yang disampaikan meliputi dimensi identitas diri yang bersifat umum berupa identitas fisik individu maupun dimensi identitas khusus berupa pengungkapan perasaan (*dimensi efektif*), pemikiran (*dimensi kognitif*), tindakan (*behavior*), dan transeden

(*spiritual*). Identitas fisik diungkapkan melalui profil diri, foto, dan video yang dapat menimbulkan daya tarik terhadap individu lain. Identitas khusus berupa pengungkapan perasaan dan pemikiran disampaikan melalui pesan teks yang dikirim dari dan pada individu lain. Melalui identitas dan proses pembukaan diri inilah masing-masing individu mencoba untuk mengembangkan hubungannya dengan individu lain melalui daya tarik fisik dan kepribadian sehingga masing-masing individu bisa mendapatkan pandangan dan persepsi terhadap individu lain.

2.7. Remaja

Masa remaja adalah masa peralihan dimana perubahan secara fisik dan psikologis dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Perubahan psikologis yang terjadi pada remaja meliputi intelektual, kehidupan emosi, dan kehidupan sosial. Perubahan fisik mencakup organ seksual yaitu alat-alat reproduksi sudah mencapai kematangan dan mulai berfungsi dengan baik. Menurut Santrock Remaja berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Prasanti, 2018). Juga mengatakan bahwa remaja adalah suatu masa ketika individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa. Sedangkan

menurut Calon, Bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak (Talika, 2016). Menurut Monks Dkk, 1989 Remaja sebenarnya tidak memiliki tempat yang jelas, mereka sudah tidak termasuk golongan anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa. Remaja berada di antara anak dan orang dewasa, oleh karena itu remaja seringkali dikenal dengan fase “mencari jati diri” atau fase “topan dan badai”.Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya.Namun fase remaja merupakan fase perkembangan yang berada pada masa amat potensial, baik dilihat dari aspek kognitif, emosi maupun fisik.

2.8. Teori Komunikasi Tentang Identitas

Menurut Micheal Hecht dan koleganya, dalam Little John 2014 pada teori komunikasi tentang identitas tergabung lah tiga konteks budaya individu, komunal dan public(Feisol, 2018). Menurut teori ini, identitas dan masyarakat serta komunikasi merupakan penghubung utama individu dan masyarakat serta komunikasi merupakan mata rantai yang membolehkan hubungan itu

terjadi. Tentu identitas adalah “kode” yang mendefinisikan keanggotaan seseorang dalam komunitas yang beragam. Identitas dibentuk ketika seseorang secara sosial berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan. Seseorang mendapat pandangan serta reaksi orang lain dalam interaksi sosial dan sebaliknya, memperlihatkan rasa identitas dengan cara mengekspresikan diri dan merespon orang lain. *Subjective dimension* identitas merupakan perasaan diri pribadi, sedangkan *uscribed dimension* adalah apa yang orang lain katakan pada anda. Dengan kata lain, identitas pribadi terdiri dari makna-makna yang dipelajari dan apa yang didapatkan kemudian makna-makna tersebut diproyeksikan kepada orang lain kapanpun anda berkomunikasi.

Menurut Hecht dalam (Litthe John, 2014) menguraikan identitas melebihi pengertian sederhana akan dimensi diri dan dimensi yang akan digambarkan.

Kedua dimensi tersebut berinteraksi dalam rangkaian empat tingkatan atau lapisan

- a. Pertama adalah *personal layer* yang terdiri dari rasa akan keberadaan diri dalam situasi sosial
- b. Kedua adalah *enactment layer* atau pemahaman orang lain tentang anda berdasarkan pada apa yang anda lakukan, apa yang anda miliki, dan bagaimana anda bertindak.

- c. Ketiga adalah *relational* atau siapa diri anda dalam kaitannya dengan individu lain. Identitas dibentuk dalam interaksi anda dan mereka.
- d. Keempat adalah *communal* yang diikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar.

2.9 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian meneliti tentang identitas remaja pada media sosial litmatch dengan indikator sebagai berikut :

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat *sub fokus* yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah. Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian.

Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal. Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekedar sekumpulan informasi yang di dapat dari berbagai sumber-sumber, atau juga bukan sekedar sebuah pemahaman. Tetapi, kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data-data atau informasi yang relevan dengan sebuah penelitian, dalam kerangka pemikiran dibutuhkan sebuah pemahaman yang didapat peneliti dari hasil pencarian sumber-sumber, dan kemudian di terapkan dalam sebuah kerangka pemikiran. Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman-pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan di atas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis di atas akan diterapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu. “ Eksistensi media sosial litmatch pada remaja dikelurahan sukajadi”.

Identitas merupakan sesuatu yang terdapat dalam diri seseorang yang bukan semata-mata melekat begitu saja pada diri seseorang tersebut, identitas juga

merupakan suatu tahapan yang tanpa disadari selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Konsep yang digunakan dalam mendukung peneliti disini adalah tahapan pembentukan konstruksi identitas “Eksistensi remaja dikelurahan sukajadi”.

Konstruksi identitas adalah bangunan identitas diri, memperlihatkan siapa diri sendiri sebenarnya dan kesamaan dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan diri dari orang lain . Ada empat permasalahan yang ingin peneliti lihat dari penelitian ini yang berjudul “Identitas Remaja Penggunaan Media Sosial litmatch (studi kasus pada remaja dikelurahan sukajadi)”.diantaranya akan dijabarkan sebagai berikut :

- a. Pertama adalah *personal layer* yang terdiri rasa akan keberadaan diri dalam situasi sosial
- b. Kedua adalah *enactment layer* atau pemahaman orang lain tentang anda berdasarkan pada apa yang anda lakukan, apa yang anda miliki, dan bagaimana anda bertindak.
- c. Ketiga adalah *relational* atau siapa diri anda dalam kaitannya dengan individu lain. Identitas dibentuk dalam interaksi anda dan mereka.

- d. Keempat adalah *communal* yang diikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar.

Bagan 2.2 Kerangka Pikir

