

BAB I

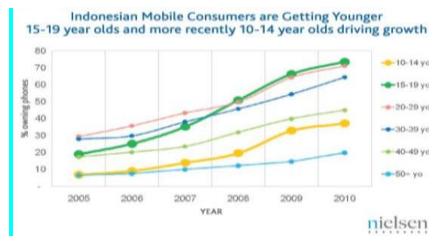
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam jangka waktu lima tahun antara tahun 2005 sampai dengan tahun 2010, sebagaimana dijelaskan oleh Fatmawati (2012) dalam <http://www.pnri.go.id/MajalahOnline>, penetrasi ponsel di Indonesia mengalami kenaikan signifikan seperti terlihat pada gambar 1.1. Menurut penelitian yang pernah dilakukan oleh The Nielsen Company bahwa sebagian besar jumlah peningkatan didominasi oleh remaja, dengan lebih dari 70 % telah memiliki telepon selular. Jumlah anak usia remaja yang berusia 10-14 tahun memiliki ponsel meningkat lebih dari lima kali selama periode lima tahun.

Gambar 1.1

Jumlah pengguna ponsel di Indonesia periode 2005 – 2010



Sumber: <http://www.pnri.go.id/MajalahOnlineAdd.aspx?id=254>

Fungsi dasar *handphone* secara garis besar adalah sebagai alat komunikasi yang menghilangkan batasan-batasan tertentu misalnya jarak seperti yang dikemukakan pada situs <http://portal.paseban.com/article/6912/manfaat-ponsel>. Pada awalnya *handphone* hanya memiliki fitur untuk menelepon saja. Sebagaimana dituliskan Priyanto (2013) pada <http://www.merdeka.com/teknologi/tekstori-sejarah-pembuatan-handphone-pertama-di-dunia.html>, dimana hal ini sesuai dengan ide penemu *handphone* pertama yaitu Martin Cooper pada 1973 yang menginginkan sebuah alat komunikasi yang dapat dibawa pergi dengan mudah.

Seperti dituliskan pada <http://portal.paseban.com/article/67361>, pada tahun 1984 ditemukan konsep *short message service* (SMS) yaitu fitur pengiriman pesan singkat dan terbatas sebanyak 160 karakter dan praktik pengiriman SMS yang pertama dilakukan oleh Neil Papworth pada tahun 1992. Penggunaan SMS masih terus berlanjut hingga saat ini dan telah menjadi fitur dasar bagi *handphone* selain fitur untuk menelepon.

Namun fitur SMS kini mulai tergantikan dengan adanya fitur baru yaitu pesan instant atau *Messenger*. *Messenger* merupakan suatu program pengirim pesan instan. Kehadiran *messenger* merupakan bentuk dari pengembangan pesan singkat yang digabungkan dengan teknologi internet. Segerstad dan Ljungstrand (Lancaster *et al.* 2007: 6) menyatakan bahwa pada penggunaannya fitur *messenger* ini memerlukan koneksi internet agar bisa terhubung dengan sesama pengguna *messenger* lainnya secara *real time*.

Instant messaging atau *messenger* diperkenalkan pada 1996 yang dikenalkan sebagai perangkat lunak ICQ oleh Mirabilis. *Software* ICQ harus terlebih dahulu dipasang di komputer, setelah itu pengguna akan mendapatkan *Universal Internet Number* (UNI) atau nomor universal yang digunakan sebagai nomor akun untuk melakukan *log-in*. Profil pengguna dapat diperbaharui dengan informasi personal dan juga daftar kontak. Ketika seorang pengguna sedang aktif di internet maka ICQ akan menyebarkan koneksi dengan pengguna lainnya, sehingga pembaharuan dapat terus dilakukan pengguna *software* ini. Teknologi ini diadopsi dengan sangat cepat oleh orang-orang terutama dari kalangan muda sebagai sebuah metode komunikasi dan saat ini popularitas *messenger* masih terus bertambah (Lancaster *et al.* 2007: 6).

Messenger juga telah menjadi media komunikasi yang populer di Indonesia. Seperti dalam berita yang dituliskan oleh Candrataruna (2013) pada situs <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/445442>, terdapat beberapa aplikasi *messenger* yang saat ini banyak digunakan di Indonesia di antaranya adalah BlackBerry Messenger (BBM), WhatsApp, LINE, Kakao Talk, dan We Chat. Saat ini pengguna LINE secara global mencapai 240 juta, WeChat 300

juta, WhatsApp 200 juta lebih, Viber 200 juta. Angka global tersebut juga menentukan aplikasi *messenger* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berita lainnya yang dituliskan oleh Triandana (2013) pada <http://www.beritasatu.com/digital-life/130013> menjelaskan tentang penelitian Nielsen yang menyebutkan bahwa tiga teratas aplikasi pesan instan yang paling populer di masyarakat Indonesia adalah BBM, WhatsApp, dan LINE.

Setiap aplikasi *messenger* tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan. Masing-masing aplikasi menganggap bahwa dirinya unggul sebagai media pengirim pesan instan. Tabel 1.1 dibawah ini menunjukkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh aplikasi *messenger* LINE, WhatsApp, KakaoTalk, dan WeChat.

Tabel 1.1
Perbandingan Aplikasi Messenger

No	Aplikasi Messenger	Kelebihan	Kekurangan	Platform
1	LINE	<ul style="list-style-type: none"> • Pengguna dapat membagikan stiker dengan karakter unik serta gambar yang menarik sebagai pengganti penggunaan <i>emoticon</i> • Dapat melakukan panggilan gratis ke sesama pengguna LINE 	Pengguna dapat dengan mudah menambahkan akun LINE tanpa harus menunggu konfirmasi pertemanan	iOS, Android
2	WhatsApp	Dapat digunakan pada berbagai macam <i>platform</i>	Pengguna diharuskan membayar untuk mendapatkan lisensi penggunaan WhatsApp dalam jangka waktu tertentu	Android, iOS, BlackBerry, S40, BlackBerry OS, BlackBerry 10, dan Windows Phone
3	KakaoTalk	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat melakukan panggilan gratis ke sesama pengguna 	<i>Emoticon</i> Kakaotalk kurang ekspresif	Android, iOS, BlackBerry

		<ul style="list-style-type: none"> • Dapat membuat grup chat sesama pengguna 		
4	WeChat	Terdapat fitur <i>Look Around</i> yaitu fitur yang dapat mengetahui pengguna WeChat dalam jarak tertentu	<i>Emoticon</i> WeChat masih terbatas	Android, iOS

Sumber : <http://portal.paseban.com/review/128021/aplikasi-messenger-terbaik>

Dalam penelitian ini penulis memilih aplikasi *messenger* LINE sebagai objek penelitian. LINE merupakan aplikasi *messenger* yang dikembangkan NHN Corporation perusahaan asal Korea Selatan sejak Juni 2011.

Menurut berita yang ditulis oleh Tarigan (2013) pada situs http://chip.co.id/news/apps/7611/naik_460_persen_dalam_setahun_pengguna_line_capai_230_juta, pengguna aplikasi LINE *messenger* saat ini meningkat sebanyak 460 persen dibandingkan tahun 2012 dan telah mencapai angka 230 juta pengguna. Indonesia sendiri menyumbangkan angka 23 juta untuk total unduhan keluarga LINE dalam kurun waktu lima bulan. Menurut berita yang ditulis oleh Deliusno (2013) pada <http://tekno.kompas.com/read/2013/05/29/>, jumlah unduhan tersebut termasuk aplikasi Line *Messenger*, Line Games, Line Play, Line Band, dan aplikasi Line *utility* lainnya (Deliusno, 2013). Data tersebut menunjukkan tingginya animo masyarakat terhadap aplikasi *messenger* LINE, sehingga peneliti pada akhirnya memilih LINE sebagai objek penelitian.

Hal yang membedakan Line dengan aplikasi *instant messaging* (IM) lain adalah *emoticon* yang bervariasi. Dalam LINE terdapat tiga jenis *emoticon* yaitu *emoticon*, emoji, dan stiker. *Emoticon* merupakan susunan karakter teks yang dapat membentuk ekspresi. Emoji menggambarkan kepala dengan bermacam ekspresi namun lebih menarik dibandingkan *emoticon*. Fasilitas *emoticon* LINE yang terakhir adalah stiker. Berita yang di tulis oleh Deliusno (2013) pada <http://entertainment.kompas.com/read/> menjelaskan bahwa stiker LINE ini merupakan hal yang unik dari LINE karena gambar ikonnya lebih

menarik, berukuran besar, dan lebih ekspresif. Fasilitas stiker ini digunakan sebagai pengganti *emoticon* konvensional pada LINE. Ketika SMS masih menjadi pilihan utama berkirim pesan, kondisi perasaan hanya bisa diwakili dengan menggunakan *emoticon* yang terbuat dari berbagai karakter huruf dan atau simbol.

Emoticon merupakan representasi grafis dari ekspresi wajah yang banyak digunakan oleh pengguna *e-mail* dalam pesan. Sanderson (Walther dan D'Addario, 2001) mendefinisikan *emoticon* atau *smiley* sebagai sebuah urutan karakter yang dapat ditemukan di papan ketik komputer. Danet, Ruedenberg-Wright, dan Rosenbaum-Tamari (Walther dan D'Addario, 2001) menjelaskan *emoticon* sebagai ikon-ikon yang digunakan untuk mengekspresikan emosi, atau membuat maksud dari percakapan tidak serius.

Stiker LINE merupakan gambar dengan karakter-karakter khusus yang menarik serta dapat mewakili kondisi perasaan seseorang. Stiker LINE dapat lebih ekspresif menyampaikan maksud dari pesan yang dikirimkan. Isi pesan juga dapat dengan mudah dimengerti dengan penggunaan stiker LINE karena penerima dapat memaknai langsung pesan secara visual. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam penelitian ini penulis memilih stiker LINE sebagai objek penelitian.

Terdapat empat macam stiker yang tersedia otomatis pada saat mengunduh aplikasi LINE. Empat stiker tersebut masing-masing memiliki nama dan karakter tersendiri. Karakter yang pertama adalah Moon. Moon digambarkan sebagai karakter yang memiliki banyak sifat. Karakter Moon digambarkan berwarna putih dan memiliki wajah yang bulat.

Stiker LINE yang kedua adalah karakter kelinci putih yang diberi nama Cony. Cony memiliki karakter *moody* atau cepat sekali berubah perasaannya namun dilain waktu Cony bisa menjadi sangat bahagia dan juga memiliki energi yang begitu besar. Karakter lainnya adalah Brown. Brown merupakan beruang coklat yang memiliki wajah datar. Dalam berbagai keadaan, Brown tetap digambarkan dengan wajah datar tanpa ekspresi sedikitpun namun dibalik itu semua karakter Brown memiliki hati yang baik.

Karakter yang terakhir adalah James. Karakter James bagi sebagian orang dianggap berlebihan karena dalam penggambarannya James merupakan sosok pria yang selalu memperhatikan penampilannya setiap waktu. Karakter James digambarkan sebagai pria dengan rambut kuning lurus panjang sebahu. Walaupun begitu karakter James tetap disukai oleh pengguna LINE.

Menurut penuturan Rachmatunisa (2013) pada situs <http://inet.detik.com/read/2013/> dari semua karakter stiker tersebut, Moon merupakan karakter yang paling difavoritkan oleh pengguna. Karakter Moon digambarkan berkepala bulat sempurna dan berwarna putih seperti bulan purnama. Menurut Jinny (Jin-hee) Kim, Manager of Global Line Business, karakter Moon terinspirasi dari dirinya. Karakter Moon tercetus saat Jinny dan timnya sedang berkumpul.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian LINE *messenger* dengan sampel yaitu stiker LINE karakter Moon. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis makna yang terkandung di dalam stiker LINE karakter Moon mulai dari ikon, indeks, dan simbol.

Stiker LINE disajikan dalam bentuk gambar sehingga memungkinkan akan ada lebih dari satu makna yang dapat terinterpretasi dari stiker. Penulis menggunakan analisis semiotik Peirce untuk mengetahui makna dari stiker LINE karakter Moon.

Penulis menggunakan semiotik Peirce untuk meneliti Stiker LINE karena dalam teori semiotik Peirce sebuah tanda atau representamen diklasifikasikan menjadi tiga tipe tanda yaitu ikon indeks, dan simbol. Ikon, indeks, dan simbol merupakan klasifikasi atas tanda yang dilakukan dengan didasarkan pada hubungan atau relasi antara representamen dengan objeknya (Wibowo, 2013:18).

Ikon merupakan sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya. Indeks merupakan sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya. Sedangkan simbol merupakan sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai

penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat (Sobur, 2009: 98).

Penelitian ini menggunakan semiotik Peirce untuk menemukan ada atau tidaknya relasi antara representamen dan objeknya. Relasi tersebut dapat diketahui dengan menganalisis satu persatu tipe tanda dari ikon, indeks, serta simbol yang terkandung dalam objek penelitian. Pada akhirnya relasi antara representamen dan objeknya tersebut digunakan untuk menganalisis makna yang ada di balik stiker Moon . Maka penulis mengambil judul “Makna Stiker Moon Pada LINE Messenger” sebagai judul penelitian.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah “Makna apakah yang terkandung dalam stiker Moon pada LINE Messenger?”. Agar penelitian ini lebih terarah, penulis membatasi pengambilan stiker LINE sebagai sampel penelitian hanya pada stiker karakter Moon standar yang tersedia pada saat mengunduh aplikasi LINE.

1.3 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang ingin diangkat oleh peneliti adalah :

1. Bagaimana ikon dari stiker LINE Messenger karakter Moon?
2. Bagaimana indeks dari stiker LINE Messenger karakter Moon?
3. Bagaimana simbol dari stiker LINE Messenger karakter Moon?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana ikon dari stiker LINE Messenger karakter Moon
2. Untuk mengetahui bagaimana indeks dari stiker LINE Messenger karakter Moon

3. Untuk mengetahui bagaimana simbol dari stiker LINE Messenger karakter Moon

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini kelak diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, serta dapat menjadi tambahan referensi pustaka, khususnya penelitian tentang analisis makna stiker pada messenger dan juga semiotika.

1.5.2 Manfaat Praktis

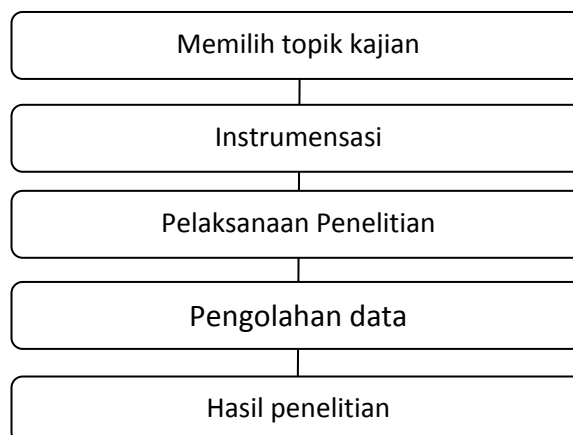
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan dalam membaca makna yang terkandung dalam stiker messenger melalui semiotika.

1.6 Tahapan Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh jawaban atau penjelasan mengenai suatu gejala yang diamati. Untuk memperoleh jawaban mengenai gejala tersebut peneliti harus melewati beberapa tahap penelitian. Proses tahapan penelitian adalah:

Bagan 1.1

Tahapan Penelitian



Sumber : Djam'an dan Aan, Metodologi Penelitian Kualitatif, 2009, hlm.83

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di dalam aplikasi LINE Messenger. Aplikasi LINE Messenger digunakan untuk mengambil sampel penelitian.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlangsung selama 4 bulan yaitu dari bulan Oktober 2013 – Januari 2014. Rincian kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Tabel Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan												
	Oktober			November			Desember			Januari			
Mencari Informasi (Kepustakaan)	■						■	■	■	■	■	■	■
Pengumpulan Data	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Pengolahan Data	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Menyusun laporan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	

Sumber : Olahan Penulis