

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi yang semakin maju belakangan ini turut memberikan pengaruh pada komunikasi yang terjadi dimasyarakat. Dengan adanya globalisasi, teknologi pun turut mengalami perkembangan. Ketika jaman dahulu orang kebanyakan berkomunikasi dengan tatap muka secara langsung, kini masyarakat tidak harus selalu bertemu dan bertatap muka untuk dapat berkomunikasi. Berbagai media penunjang komunikasi bermunculan dan semakin memudahkan masyarakat untuk berhubungan satu sama lain. Salah satu media yang semakin populer belakangan ini adalah internet. Internet yang termasuk dalam salah satu teknologi baru ini pun juga turut menjadi media yang mempermudah kegiatan masyarakat terutama dalam berkomunikasi.

Baik disadari atau tidak, keberadaan internet semakin lama turut memaksa masyarakat untuk mengenal dan dapat menggunakannya, sehingga kini internet tidak hanya digunakan oleh anak muda saja, tetapi digunakan oleh semua kalangan dari berbagai usia. Internet menjadi sarana untuk mendapatkan informasi secara cepat dan efisien. Jaringan internet yang tidak terbatas ruang dan waktu juga dapat menjadi salah satu alasan masyarakat menggunakan internet secara rutin untuk mengakses berita dan informasi, karena mereka dapat mengaksesnya kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Selain sebagai sarana untuk memperoleh informasi, seiring dengan perkembangannya internet juga turut membentuk sebuah jaringan baru yang bisa disebut dengan sosial media atau sosmed. Sosial media dapat diartikan sebagai sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Sosial media tersebut pun masih dapat terbagi lagi menjadi beberapa kelompok seperti kelompok *sosial network* dimana *facebook* dan *myspace* termasuk di dalamnya, selain itu ada pula kelompok *discuss* seperti *skype* dan *google talk*, sampai dengan kelompok *micro blog* yang mana *twitter*, *plurk*, dan *tweetpeek* masuk di dalamnya.

Berbagai macam sosial media tersebut sebagian besar digunakan secara rutin oleh masyarakat setiap harinya dan hampir selama 24 jam setiap hari para pengguna sosial media akan mengakses sosmed miliknya baik untuk sekedar mencari informasi atau *update* berita terbaru maupun untuk berinteraksi dengan orang lain. Dalam sosial media, semua penggunanya memiliki kebebasan yang sama baik untuk mengakses, berinteraksi dengan orang lain, mengungkapkan pendapat dan sebagainya tanpa melihat status sosial, jabatan ataupun latar belakang pendidikan orang tersebut. Pemanfaatan sosial media pun juga tak terbatas bagi penggunanya, mereka dapat menggunakannya untuk berinteraksi, mencari teman, mencari informasi terkini, sampai dengan menghasilkan uang semuanya dapat dilakukan secara bebas.

Selain hal tersebut diatas, keberadaan internet dan sosial media juga memunculkan fenomena sosial lain sehubungan dengan kegiatan komunikasi masyarakat yaitu terciptanya sebuah kelompok masyarakat virtual atau dapat pula disebut sebagai kelompok sosial maya. Kelompok virtual ini terbentuk di dunia siber oleh para penggunanya karena adanya kesamaan atau saling interaksi dan relasi yang difasilitasi oleh internet (Nasrullah, 2014). Kelompok ini umumnya dibangun berdasarkan pada hubungan-hubungan sekunder, sehingga pengelompokan mereka didasarkan pada kegemaran dan kebutuhan anggota masyarakat terhadap kelompok (Bungin, 2006). Saat ini keberadaan kelompok sosial maya ini sudah semakin banyak dan terus bertambah setiap harinya, baik dalam lingkup kecil sampai dengan kelompok dalam lingkup yang besar.

Sama halnya dengan sebuah kelompok sosial yang menyebut kelompok mereka dengan komunitas *fakta bahasa* yang ada di Solo. Komunitas ini memanfaatkan sosial media *twitter* sebagai sarana komunikasi dengan anggotanya. Komunitas *fakta bahasa* merupakan sebuah komunitas pemberdayaan pemuda dibidang bahasa dan budaya. *Fakta bahasa* adalah sebuah komunitas belajar yang memberikan ruang bagi masyarakat terutama anak muda yang ingin belajar dan berekspresi dalam bidang bahasa secara gratis. Komunitas ini pertama kali dibentuk pada Januari 2012 melalui *twitter*, dan mulai aktif pada April dan Mei 2012 sampai sekarang. Saat ini akun *fakta bahasa* atau yang biasa disingkat dengan *faba* sudah memiliki kurang lebih 44.000 *followers* yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia, dan kini

komunitas ini juga sudah mulai mendirikan komunitas resminya di beberapa regional yang tersebar di beberapa kota seperti Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Bandung, Tangerang, Depok, Bogor, Denpasar, Surabaya, Bekasi, Semarang, Yogyakarta, dan juga Solo. Setiap *region* memiliki program kerja dan kegiatan masing-masing, namun komunitas *fakta bahasa* ini memiliki satu kegiatan yang paling utama dan dilakukan oleh seluruh regional, yaitu *clubbing*. *Clubbing* merupakan kegiatan rutin mingguan dimana dalam *clubbing* ini para pengurus maupun anggota akan bertemu dan berkumpul bersama untuk membahas mengenai klub-klub bahasa yang dilakukan di tempat-tempat berbeda setiap minggunya.

Untuk komunitas *fakta bahasa* regional Solo, akun *twitter* mereka saat ini sudah memiliki sekitar 600 *followers*, dengan kurang lebih 60 orang anggota resmi dimana didalamnya sudah termasuk dengan 14 pengurus aktif yang kemudian terbagi lagi menjadi 6 sub kelompok atau klub. Kelompok-kelompok ini terdiri dari kelompok Bahasa Perancis, kelompok Bahasa Jerman, kelompok Bahasa Jepang, kelompok Bahasa Mandarin, kelompok Bahasa Arab, dan kelompok Bahasa Inggris yang masing-masing memiliki mentor serta penanggung jawab sendiri. Satu kali dalam seminggu, masing-masing kelompok tersebut akan melakukan *clubbing* dengan lokasi *clubbing* yang berbeda di setiap minggunya. Dalam kegiatan *clubbing* tersebut selain membahas mengenai klub, mereka juga belajar bahasa bersama sesuai dengan kelompok mereka masing-masing.

Komunitas *fakta bahasa solo* juga merupakan salah satu dari sekian banyak komunitas yang ada di Solo sekaligus sebagai satu-satunya komunitas yang bergerak dalam bidang bahasa dan budaya yang memberikan fasilitas terutama bagi para pemuda untuk belajar bahasa asing dan berekspresi secara bebas tanpa dipungut biaya. *Fakta bahasa solo* pun aktif dan rutin dalam menjalankan berbagai agenda kegiatan komunitasnya sampai sekarang meskipun mereka terbentuk dari sosial media, dan menggunakan sosial media sebagai media komunikasi utama komunitas. Bahkan saat ini klub bahasa yang dimiliki *fakta bahasa solo* sudah bertambah jumlahnya, tidak seperti yang kebanyakan terjadi pada komunitas lain dimana pada akhirnya komunitas tersebut berhenti ditengah jalan dan tidak lagi aktif melakukan kegiatan mereka setelah beberapa kali berhasil menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan komunitasnya.

Dalam menjalankan kegiatannya, *fakta bahasa solo* pun juga sangat memanfaatkan sosial media *twitter* sebagai salah satu sarana komunikasi pada anggota ataupun *followers* nya yang juga dikombinasikan dengan komunikasi secara langsung yang dilakukan setiap minggu melalui kegiatan *clubbing*, mengingat bahwa melalui *twitter* pula komunitas *fakta bahasa solo* pertama kali terbentuk. Maka berdasarkan hal tersebut, penulis memilih komunitas *fakta bahasa regional Solo* sebagai objek penelitian yang akan dikaitkan dengan bentuk-bentuk pemanfaatan *twitter* sekaligus efektivitas dari pemanfaatan *twitter* tersebut dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh komunitas *fakta bahasa regional Solo*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu :

Bagaimana efektivitas pemanfaatan *twitter* pada komunitas *fakta bahasa solo*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1. Untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk pemanfaatan *twitter* sebagai komunikasi massa pada kegiatan komunikasi komunitas *fakta bahasa solo*.
- 1.3.2. Untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan *twitter* pada kegiatan komunikasi komunitas *fakta bahasa solo*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Memberikan informasi mengenai pemanfaatan *twitter* yang dilakukan oleh komunitas serta efektivitas pemanfaatan *twitter* tersebut dalam kegiatan komunikasi.

1.4.2. Manfaat Teoritis

- 1.4.2.1. Untuk menambah khasanah kajian dan pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya pada komunikasi massa melalui sosial media.
- 1.4.2.2. Sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis di kemudian hari.