

Penggunaan Media Sosial *Line Messenger* Dalam Memenuhi Kebutuhan Sosial Integratif Pada Anggota Komunitas Yicam Samarinda

Alief Febriantoro¹, Endang Erawan², Ghufron³

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis penggunaan media sosial Line Messenger pada komunitas Yicam Samarinda dalam memenuhi kebutuhan sosial integratif.

Sosial integratif atau kebutuhan sosial secara integratif merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Kebutuhan ini berkaitan dengan membangun hubungan komunikasi antara keluarga, teman secara global sehingga memperkuat jaringan komunikasi tanpa ada batasan. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Fokus penelitian tertuju pada penggunaan fitur - fitur yang terdapat dalam media sosial Line Messenger dan penggunaan Line Messenger dalam memenuhi kebutuhan sosial integratif. Teknik analisis data menggunakan model interaktif dari Matthew B. Miles, A. Michael Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, media sosial Line Messenger membuat para anggota Yicam Samarinda telah terpenuhi kebutuhan sosial integratifnya karena Line Messenger dengan berbagai fitur unggulannya telah mempermudah dalam berkomunikasi dan mempererat hubungan antar anggota di komunitas Yicam Samarinda. Ketertarikan pada penggunaan line messenger membuat mereka berperan aktif dalam proses komunikasi melalui fitur group chat. Meningkatkan hubungan komunikasi terjadi ketika mengadakan suatu event, anggota komunitas saling akrab dan saling membantu dalam mewujudkan tujuan bersama yaitu keberhasilan dalam menjalankan kegiatan.

Kata Kunci : *Media Sosial, Line Messenger, Kebutuhan Sosial Integratif, Komunitas Yicam Samarinda*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada saat ini, di zaman yang segala sesuatunya ingin dibuat cepat dan mudah, manusia semakin ingin dibuat mudah tidak terkecuali dalam urusan komunikasi. Jika pada zaman dahulu untuk melakukan komunikasi dengan orang

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email : alieffebriantoro@gmail.com

²Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³Dosen Pembimbing 2 dan Staf Pengajar Universitas Mulawarman

orang lain yang berada jauh dari tempatnya berada membutuhkan bantuan surat sebagai medianya, pada saat ini hal itu bisa dilakukan dengan mudah dan cepat berkat teknologi informasi yang semakin canggih. Berkat dukungan dari teknologi informasi, komunikasi melalui internet dengan menggunakan media sosial menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan akan komunikasi dan informasi manusia pada saat ini.

Di zaman yang serba modern, cepat dan mudah ini, manusia semakin dibuat kecanduan dengan media sosial apalagi dengan banyak keuntungan dan kemudahan yang diperoleh dari media sosial. Media sosial semakin menjadi primadona setelah munculnya ponsel pintar seperti *Apple iPhone*, *Samsung Galaxy* dan *Blackberry* yang semakin membuat kegiatan komunikasi dan pencarian informasi melalui media sosial semakin praktis.

Dengan hadirnya ponsel pintar semakin mempermudah manusia dalam mengakses media sosial. Jika pada saat sebelum munculnya ponsel pintar orang-orang harus susah payah pergi ke warung internet untuk mengakses media sosial, pada saat ini orang-orang hanya perlu sentuhan jari jemari di ponsel pintar miliknya serta jaringan internet untuk mengakses media sosial. Pada saat ini banyak terdapat media sosial - media sosial yang bermunculan seperti *Blackberry Messenger (BBM)*, *WeChat*, *Line Messenger*, *Instagram*, *Path*, *Snapchat*, dan lain-lain. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah *Line Messenger*.

Line Messenger adalah sebuah media sosial pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti telepon cerdas, tablet, dan komputer. *Line Messenger* difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna *Line Messenger* dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain-lain. *Line Messenger* diklaim sebagai media sosial pengirim pesan instan terlaris di 42 negara.

Line Messenger juga menyediakan fitur *group chat* yang dapat penggunanya buat sendiri. Dengan kapasitas hingga mencapai 200 orang, penggunanya dapat dengan leluasa mengundang teman-teman anda untuk masuk dalam *group chat*. Melalui *group chat* pengguna dapat mengirim pesan secara serentak kepada teman-teman sesama pengguna yang terdaftar ke dalam grup.

Berdasarkan sumber data dari Kumparan.com sejak diluncurkan pada 23 Juni 2011, media sosial *Line Messenger* telah berkembang menjadi penyedia layanan global dengan lebih dari 1 milyar pengguna dan MAU (*Monthly Average User/* pengguna rata-rata perbulan) sebanyak 216 juta (per Desember 2015). Menurut data yang disampaikan oleh perusahaan pengembang *Line Messenger*, pengguna media sosial *Line Messenger* di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 90 juta akun.

Dengan semakin berkembangnya zaman, bukan hanya individu yang membutuhkan media komunikasi yang cepat dan praktis tetapi juga kelompok atau komunitas juga membutuhkan hal yang sama. Hal ini disebabkan oleh pola

hidup modern yang serba cepat dan praktis yang dimiliki oleh individu-individu dalam sebuah kelompok atau komunitas dan juga perbedaan tempat antar individu, sehingga individu-individu ini menuntut adanya informasi yang bisa dengan cepat dan akurat mereka terima dari para individu lain yang ada dalam sebuah kelompok, demi menunjang kegiatan yang berkaitan dengan kelompok atau komunitas mereka. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Model *uses and gratification* menunjukan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.

Dalam memenuhi kebutuhan pribadi atau kelompok pada Komunitas di kota Samarinda juga tidak lepas dari kebutuhan akan media komunikasi yang cepat dan praktis demi mendukung kegiatan yang berkaitan dengan komunitas mereka. Dengan hadirnya *Line Messenger* seolah menjadi jawaban bagi komunitas-komunitas di Samarinda yang membutuhkan media komunikasi bagi komunitas dan para anggotanya. Ada banyak komunitas di Samarinda yang menggunakan *Line Messenger* sebagai media komunikasi utama dalam menyampaikan informasi kepada para anggotanya, mulai dari komunitas *action cam*, *travelling*, olahraga, pecinta motor, pecinta mobil, *fotografi*, dan lain-lain. Salah satu komunitas yang menggunakan *Line Messenger* sebagai media komunikasi utamanya adalah komunitas *action cam*, Yicam Samarinda.

Komunitas *action cam* Yicam Samarinda terbentuk pada pertengahan tahun 2015 tepatnya pada tanggal 17 agustus 2015 dengan anggota terbanyak di Samarinda. Berawal dari media sosial, Yicam Samarinda akhirnya terbentuk dan menjadi wadah bagi para pengguna *action cam* Xiaomi YI yang ada di Samarinda. Komunitas ini dibentuk sebagai wadah untuk saling berbagi mengenai cara penggunaan dan mengatasi masalah pada Xiaomi YI. Komunitas yang awalnya hanya beranggotakan 16 orang ini terus berkembang sampai dengan saat ini dan sudah memiliki anggota lebih dari 100 orang.

Dengan jumlah anggota yang semakin bertambah, maka hal itulah yang mendorong Yicam Samarinda menggunakan *Line Messenger* sebagai media komunikasi utama dalam menyampaikan informasi antar anggota komunitas. *Line Messenger* dipilih sebagai media komunikasi utama komunitas ini dikarenakan media sosial ini dianggap mampu untuk mengakomodir kebutuhan akan informasi dan mampu membantu dalam memenuhi kebutuhan sosial integratif anggota dari komunitas Yicam Samarinda. Menurut *Katz, Gurevitch dan Haas* dalam Model *Uses and Gratification* Kebutuhan sosial integratif pada anggota dari komunitas yang dimaksud merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Kebutuhan ini erat kaitannya berhubungan dengan membangun hubungan komunikasi antara keluarga, teman secara global sehingga memperkuat jaringan komunikasi secara bebas tanpa ada batasan (Onong:2003)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana penggunaan media sosial *line messenger* dalam memenuhi kebutuhan sosial integratif pada anggota komunitas Yicam Samarinda?”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan pada penelitian ini adalah Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis mengenai penggunaan media sosial *line messenger* dalam memenuhi kebutuhan sosial integratif pada anggota komunitas Yicam Samarinda..

Teori dan Konsep

Uses and Gratifications

Uses and gratifications pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pernyataan “apa yang dilakukan media untuk khalayak (*what do the media do the people?*)”.

Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media (Nuruddin, 2004). Artinya, audiens (pengguna media) adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Walaupun ada juga yang mengatakan bahwa selektifitas media berdasarkan suasana hati seseorang.

Model *uses and gratification* tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang-orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratifications*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*), bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*), bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan prefensi (*selectivity*), dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*) (Jalaluddin Rakhmat, 2005).

Model *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Model ini memulai dengan lingkungan sosial (*social environment*) yang menentukan kebutuhan individu. Lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian, dalam hal kebutuhan individu (*individual's needs*) dikategorisasikan sebagai *cognitive needs, affective needs,*

personal integrative needs, social integrative needs, dan escapist needs. Penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)
Kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan; juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita. Sehubungan dengan rasa ingin tahu yang sangat mendalam akan sebuah informasi atau pengetahuan yang baru, sehingga dengan adanya rasa ingin tahu tersebut guna memenuhi kebutuhan akan informasinya.
2. *Affective needs* (kebutuhan afektif)
Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. Dengan adanya hubungan antara pengalaman mereka akan sebuah kesenangan atau estetika serta pengalaman emosional individu, maka akan terwujud sebuah pengalaman baru ketika menggunakan sebuah media guna memenuhi kebutuhan.
3. *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integrative)
Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kebutuhan ini berhubungan dengan sebuah kepercayaan atau kredibilitas individu akan sebuah status didalam ruang lingkup setiap individu.
4. *Social Integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif)
Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Kebutuhan ini erat kaitannya berhubungan dengan membangun hubungan komunikasi antara keluarga, teman secara global sehingga memperkuat jaringan komunikasi secara bebas tanpa ada batasan.
5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan)
Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman. Hal tersebut bertujuan untuk mengurangi sebuah ketegangan dengan mencari sebuah hiburan demi melepas sebuah kepenatan ataupun kebosanan pada setiap individu.

Komunikasi

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan (Marhaeni,2009).

Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing (Marhaeni,2009) :

Everett M.Rogers & Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Harold, D.Laswell (1960), sebagai mana dikutip oleh sendjaja (1997) cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?).

Kemudian menurut Berelson dan Steiner (1964), komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lainnya.

Definisi Laswell, secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu:

1. Siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber).
2. Mengatakan apa (isi informasi yang disampaikan)
3. Kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima).
4. Melalui saluran apa (alat/saluran penyampaian informasi).
5. Dengan efek bagaimana (efek yang terjadi pada diri penerima).

Definisi laswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Berdasarkan definisi Laswell ini dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain (Riswandi,2009), yaitu;

1. Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoding*), komunikator, pembicara (*speaker*) atau *organitator*. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau Negara.
2. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal dan atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tersebut.
3. Saluran atau media, yaitu alat atau wahana yang digunakan sumberb untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
4. Penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), komuikate, penyandi balik (*decoder*) atau khalayak, pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yitu orang-orang yang menerima dari sumber.
5. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya terhibur, menambah pengetahuan, perubahan sikap, atau bahkan perubahan perilaku.

New Media

New media atau media baru 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. Sebagaimana kita lihat media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan, tetapi kita tertarik media baru dan penerapannya yang dalam berbagai wilayah memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung/tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa 'tradisional'. Fokus perhatian terutama pada aktivitas kolektif bersama yang berjudul 'Internet', terutama pada penggunaan public, seperti berita daring, iklan, aplikasi penyiaran (termasuk mengunduh music, dan lain-lain), forum dan aktivitas diskusi, *World Wide Web* (WWW), pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu. Kita tidak terlalu berfokus dengan *e-mail* pribadi, permainan *game*, dan beberapa layanan pribadi lainnya di Internet (Denis McQuail, 2011).

Media Sosial

Definisi media sosial menurut Evans (2008) mengatakan bahwa media sosial adalah sebagai berikut:

"Social media is the democratization of information, transforming people from content publisher. It is the shift from broadcast mechanism to a many-to-many model, rooted in conversations between authors, people, and peers. Social media uses the "wisdom of crowds" to connect information in a collaborative manner". (Media sosial adalah demokratisasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Hal ini adalah pergeseran dari mekanisme siaran dari sebuah model ke banyak model, yang berakar dari percakapan antara penulis, orang dan rekan-rekan. Media sosial menggunakan "konsep orang banyak" agar dapat terhubung dengan informasi secara bersama-sama).

Line Messenger

Line Messenger adalah aplikasi pesan instan (instant messaging) untuk smartphone dan PC. Selain untuk melakukan kirim pesan teks, line juga bisa mengirim gambar, video, pesan suara dan melakukan panggilan suara secara gratis. Line diluncurkan pada tanggal 23 Juni 2011 oleh NHN Jepang setelah gempa Tohoku. NHN Jepang menyadari betapa nyaman sistem komunikasi rusak itu dan menemukan bahwa layanan data akan bekerja dan lebih efisien. Mereka memutuskan untuk merancang sebuah aplikasi yang dapat diakses oleh smartphone, tablet dan dekstop yang bekerja pada jaringan internet dan akan layanan ini secara gratis dapat digunakan, bahkan untuk melakukan telepon (Sumber: kompasiana.com).

Komunitas

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti “sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak” (Wenger, 2002).

Pada pertengahan tahun 2015 tepatnya pada tanggal 17 agustus 2015 terbentuklah salah satu komunitas *action camera* dengan anggota terbanyak di Samarinda, Yicam Samarinda. Berawal dari media sosial *facebook*, ketika Agus Budianto dan Robby bertemu di kolom komentar *facebook* dengan tidak sengaja di salah satu postingan di grup *facebook* Yicam. Pada akhirnya mereka memutuskan untuk membuat grup obrolan di media sosial *Line Messenger* untuk ngobrol dan mengadakan kopdar atau berkumpul sebagai pengguna *action camera xiaomi yi* dan Yicam Samarinda akhirnya terbentuk dan menjadi wadah bagi para pengguna *action camera xiaomi yi* yang ada di Samarinda.

Komunitas ini dibentuk sebagai wadah untuk saling berbagi mengenai cara penggunaan dan mengatasi masalah pada *xiaomi yi*. Komunitas yang awalnya hanya beranggotakan 16 orang ini terus berkembang sampai dengan saat ini dan sudah memiliki anggota lebih dari 100 orang. Lewat media *instagram* dan hastag *#yicam* dan *#yicam_samarinda* mereka dapat saling terhubung antara satu sama lain.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ini peneliti menemukan bahwa media sosial *line messenger* sebagai alat komunikasi dan pemenuh kebutuhan sosial anggota komunitas khususnya anggota komunitas Yicam Samarinda sebagai khalayak yang aktif menggunakan media sosial *line messenger*, karena teknologi yang terdapat pada media sosial *line messenger* serta fitur – fitur yang ada dalam media sosial tersebut membuat para anggota komunitas Yicam Samarinda memilih untuk menggunakan media sosial tersebut karena mereka dapat dengan mudah dan cepat memperoleh informasi yang mereka inginkan demi memenuhi kebutuhan mereka melalui media sosial *line messenger*. Seiring kemajuan teknologi yang ada pada media sosial *line messenger*, jarak sudah tidaklah menjadi penghambat untuk berkomunikasi dengan anggota komunitas lain yang berada jauh sekalipun.

Dalam hal ini apa yang dilakukan para anggota komunitas Yicam Samarinda dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan mereka sudah sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Blumer dan Katz. Blumer dan Katz mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media (Nuruddin, 2004). Artinya, audiens (pengguna media) adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling

baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya dan dalam hal ini para anggota komunitas Yicam Samarinda memilih menggunakan media sosial *line messenger* dibandingkan menggunakan media sosial yang lain guna memenuhi kebutuhan mereka, khususnya kebutuhan sosial integratif.

Dalam menggunakan media sosial *line messenger*, terdapat banyak fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya seperti stiker, *attachment*, *voice call*, *video call*, *group voice & video call*, *qr code*, dan *keep*. Dengan adanya fitur-fitur tersebut membuat penggunanya lebih memudahkan untuk memperoleh informasi yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada 6 informan, peneliti menemukan bahwa para anggota komunitas khususnya anggota komunitas Yicam Samarinda menggunakan media sosial tersebut dikarenakan terdapat banyak fitur-fitur yang menurut mereka sangat membantu dalam berkomunikasi dan saling berbagi informasi dengan para anggota komunitas Yicam Samarinda yang lain. Selain itu, fitur-fitur yang terdapat di media sosial *line messenger* sangat menarik dan berguna, dimana didalam media sosial *line messenger* terdapat banyak sekali keunggulan yaitu adanya fitur – fitur seperti *group voice & video call*, *attachment*, *sticker* dan lain sebagainya sehingga dengan adanya fitur – fitur tersebut penggunanya saat ini lebih tertarik atau lebih memfokuskan perhatiannya pada media sosial *line messenger*.

Dari keenam informan yang penulis wawancarai, fitur-fitur yang paling sering mereka gunakan adalah fitur *attachment* (lampiran), *keep*, stiker, dan juga *group voice & video call*. Menurut mereka fitur-fitur ini lah yang sangat membantu mereka untuk bisa saling berinteraksi dengan anggota-anggota yang lain di komunitas Yicam Samarinda walaupun dalam keadaan tidak saling berkumpul bersama-sama. Dengan adanya hal ini membuat hubungan mereka antar sesama anggota di komunitas Yicam Samarinda bisa menjadi lebih akrab karena sering ngobrol bersama secara baik dan lancar tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Sementara itu, dari berbagai macam fitur-fitur media sosial *line messenger* yang sering digunakan untuk memenuhi kebutuhan sosial integratif dalam peneguhan kontak atau penguatan kontak antara sesama anggota komunitas yaitu *attachment* yang digunakan untuk mengirim file berupa foto – foto, video dan *link* yang berkaitan dengan contoh kegiatan sosial agar dapat menjadi inspirasi bagi komunitas Yicam Samarinda dalam membuat *event*. Fitur *sticker* digunakan para anggota Yicam untuk mengekspresikan diri mereka seperti setuju atau tidak setuju yang berhubungan dengan pembahasan dalam *group chat* dan juga untuk membuat obrolan di dalam *group chat* menjadi lebih seru.

Fitur dari *line messenger* membantu mempermudah para anggota Yicam Samarinda untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama anggota, karena dari keenam anggota komunitas Yicam yang menjadi informan dalam penelitian menyatakan bahwa mereka dapat menghabiskan waktu 4–5 jam dalam sehari dalam menggunakan media sosial *line messenger*. Meski begitu melakukan pertemuan secara *offline* atau secara langsung juga sering di lakukan pada anggota

komunitas Yicam, namun penggunaan media sosial *line messenger* dapat membantu mempermudah melakukan diskusi dalam suatu komunitas saat para anggota kelompok berhalangan untuk melakukan pertemuan. Fitur *line messenger* dapat membantu untuk terus meningkatkan interaksi oleh sesama anggota komunitas Yicam Samarinda.

Para anggota komunitas Yicam Samarinda ini umumnya telah menggunakan media sosial *line messenger* selama 4-5 tahun. Dengan berbagai kemudahan dan fitur yang dihadirkan oleh *line messenger* membuat para penggunanya betah menggunakan media sosial ini untuk menunjang kegiatan berkomunikasi mereka.

Keenam informan yang penulis wawancarai mengungkapkan bahwa mereka memilih media sosial *line messenger* dikarenakan mereka merasa penggunaannya yang sangat mudah dan juga mereka merasakan bahwa media sosial *line messenger* ini memberikan mereka kemudahan dalam berkomunikasi serta berinteraksi dengan teman-teman mereka ataupun keluarga mereka karena adanya fitur-fitur yang sangat membantu untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi. Selain itu, penggunaan media sosial *line messenger* ini juga sangat memudahkan para anggota komunitas Yicam Samarinda untuk saling berinteraksi antara satu dengan yang lain sehingga walaupun mereka tidak bisa saling berkumpul bersama tetapi masih bisa melakukan interaksi secara aktif dengan anggota-anggota lainnya yang ada di komunitas Yicam Samarinda dengan bantuan fitur-fitur yang ada di media sosial *line messenger*.

Berbagai macam fitur-fitur yang ada membuat mereka saling aktif berinteraksi dan berkomunikasi antara satu dan yang lainnya untuk membahas seputar *action camera* Xiaomi Yi seperti membagikan foto-foto dan video-video yang mereka ambil menggunakan Xiaomi Yi, membagikan tips-tips mengambil foto dan video yang baik agar mendapatkan hasil yang maksimal, cara merawat kamera, diskusi jika ada anggota yang lain sedang memiliki masalah dengan Xioami Yi. Meskipun komunitas ini terbentuk atas inisiatif dari para pengguna Xiaomi Yi, namun tidak ada kontribusi dari perusahaan Xiaomi tersebut dalam melakukan segala kegiatan yang menyangkut tentang komunitas Yicam Samarinda. Hanya saja setiap melakukan kegiatan sosial atau mengadakan *event* komunitas Yicam Samarinda mendapatkan *sponsorship* ataupun menjadi mitra dalam menjalankan kegiatan.

Seperti halnya, saat komunitas Yicam Samarinda mengadakan *roadshow* ke sekolah – sekolah untuk berbagi pengetahuan tentang pengguna Xiaomi Yi, saat menjalankan kegiatan ini komunitas Yicam Samarinda menjadi mitra dari Telkomsel Samarinda untuk mengisi acara dalam memberikan informasi seputar penggunaan teknologi khususnya pada teknik pengambilan foto dan video. Tak hanya itu, komunitas Yicam Samarinda juga melakukan kegiatan yang berhubungan dengan bakti sosial, seperti mengunjungi panti asuhan yang ada di kota Samarinda dan ini di lakukan saat bulan ramadhan. Komunitas Yicam juga melakukan penggalangan dana bagi korban yang tertimpa bencana.

Komunitas Yicam Samarinda juga melakukan kerja sama dengan komunitas lainnya di Samarinda untuk memperkuat jaringan komunikasi, seperti contoh saat komunitas Yicam Samarinda mengadakan *tour* atau perjalanan dengan komunitas MTMA (*My Trip My Adventure*) Samarinda mengunjungi tempat wisata yang ada di kota Samarinda dan sekitarnya terkhusus pada destinasi wisata yang berbasis alam. Komunitas Yicam Samarinda melakukan pengambilan video dan foto untuk diunggah pada media sosial Instagram, namun sebelumnya di lakukan pemilahan foto dan video yang dikirim pada *line messenger* oleh setiap anggota yang telah mengambil gambar pada saat melakukan kegiatan.

Dalam menggunakan media sosial *line messenger*, penulis juga menemukan bahwa dalam penggunaannya di komunitas Yicam Samarinda terdapat beberapa hal yang menghambat proses komunikasi mereka. Hal-hal penghambat itu seperti adanya beberapa anggota dari komunitas Yicam Samarinda yang lama membalas chat dan ada juga yang hanya sekedar membaca chat saja tidak memberikan respon di grup ketika sedang membahas sesuatu hal yang melibatkan seluruh anggota komunitas Yicam Samarinda.

Setiap manusia di dunia ini memiliki kebutuhan yang harus mereka penuhi. Salah satu cara manusia memenuhi kebutuhan mereka adalah dengan cara mencari dan memilih media yang menurut mereka sangat mampu untuk memenuhi kebutuhan mereka tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Hebert Blumer dan Elihu Katz dalam teori *uses and gratification*, mereka mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media (Nuruddin, 2004). Seperti komunitas Yicam Samarinda yang sepakat memutuskan untuk menggunakan media sosial *line messenger* untuk menjadi media yang digunakan dalam melakukan interaksi secara online, dengan alasan penggunaan *line messenger* merupakan kalangan anak muda serta *line messenger* memiliki fitur pendukung seperti *sticker* menjadikan obrolan semakin menyenangkan.

Kebutuhan individu manusia juga dibagi menjadi 5 dan salah satunya adalah kebutuhan sosial integratif atau *social intergrative needs*. Kebutuhan sosial integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak, seperti halnya peneguhan kontak atau penguatan kontak pada sesama anggota dengan menggunakan *line messenger* yang mempermudah anggota Yicam untuk berinteraksi dengan sesama anggota lainnya tak hanya itu dengan komunitas lainnya yang menjalin kerja sama dengan Yicam juga memiliki *group chat* gabungan untuk meningkatkan jaringan komunikasi dengan komunitas lainnya.

Kebutuhan ini erat kaitannya berhubungan dengan membangun hubungan komunikasi, membangun hubungan komunikasi dengan komunitas lainnya yang ada di kota Samarinda juga menjadi agenda bagi komunitas Yicam Samarinda untuk meningkatkan jaringan komunikasi, hal ini di lakukan guna membantu memperluas hubungan komunikasi diluar dari komunitas Yicam.

Dalam memenuhi kebutuhan sosial integratif para audiens atau pengguna media tidak jarang berganti-ganti dalam memilih media yang dirasa paling tepat

dan mampu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini juga berlaku bagi para anggota komunitas Yicam Samarinda, mereka memilih menggunakan media sosial *line messenger* dikarenakan *line messenger* memiliki berbagai macam fitur unggulan yang sangat membantu para anggota komunitas Yicam Samarinda dalam membantu memenuhi kebutuhan sosial integratif mereka.

Dari hasil penelitian peneliti dapat menyimpulkan bahwa media sosial *line messenger* sangat membantu memenuhi kebutuhan individu para anggota komunitas Yicam Samarinda khususnya kebutuhan sosial integratif mereka. Melalui berbagai macam fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial *line messenger* para penggunaannya dalam hal ini para anggota komunitas Yicam Samarinda merasa sangat dimudahkan dalam memenuhi kebutuhan komunikasi dan interkasi yang mereka butuhkan sehingga mereka lebih memilih media sosial *line messenger* untuk memenuhi kebutuhan sosial integratif mereka.

Berdasarkan teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu Teori *Uses and Gratification* yang dimana para audiens atau pengguna media dalam hal ini para anggota komunitas Yicam Samarinda, mereka berperan aktif dalam proses komunikasi dan mencari media mana yang menurut mereka paling baik untuk memenuhi kebutuhan mereka. Terbukti mereka memilih media sosial *line messenger* sebagai media komunikasi utama yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan individu mereka, hal ini dikarenakan kemudahan yang mereka dapatkan dalam berinteraksi dengan anggota-anggota komunitas Yicam Samarinda yang membuat interaksi mereka semakin lancar, komunikasi selalu terjaga karena kita dengan mudah dapat memberikan dan menerima informasi secara cepat dari anggota yang lain tanpa adanya batasan ruang dan waktu dan juga hal ini berbuah kepada hubungan mereka yang semakin akrab serta berbincang tentang penggunaan *action camer* Xiaomi Yi ataupun membahas seputar rencana kegiatan komunitas Yicam Samarinda.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan media sosial *line messenger* dalam memenuhi kebutuhan sosial integratif pada anggota komunitas Yicam Samarinda adalah:

1. Penggunaan media sosial *line messenger* oleh para anggota dari komunitas Yicam Samarinda membuat kebutuhan sosial integratif terpenuhi komunikasi antara sesama anggota saling terjaga dan tidak mengurangi intensitasnya walaupun tidak melakukan komunikasi secara langsung dengan anggota lainnya. Hal ini membuat hubungan antara sesama anggota komunitas Yicam Samarinda memiliki hubungan semakin akrab, terbukti dengan adanya *fitur – fitur* dari media sosial *line messenger* membuat anggota komunitas menjadi lebih mudah menjalin komunikasi.
2. Ketertarikan anggota komunitas menggunakan media sosial *line messenger* membuat para anggota berperan aktif dalam proses komunikasi bertukar

pesan melalui fitur *group chat*, para anggota tertarik untuk berbagi informasi dengan sesama anggota lainnya. Selain berbagi informasi seputar Xiaomi Yi, penggunaan *line messenger* pada anggota komunitas bertujuan untuk membahas rencana kegiatan agar dapat mempertahankan eksistensi komunitas Yicam Samarinda tidak hanya pada media sosial saja melainkan juga pada kegiatan secara langsung yang berhubungan dengan masyarakat seperti bakti sosial.

3. Kebutuhan sosial integratif pada meningkatkan hubungan komunikasi terjadi pada anggota komunitas Yicam Samarinda berupa keakraban antara sesama anggota, hal ini terjadi ketika mengadakan suatu *event*, anggota komunitas saling akrab dan saling membantu dalam mewujudkan tujuan bersama yaitu keberhasilan dalam menjalankan kegiatan. Tujuan kegiatan ini terwujud dengan hasil dari kerjasama dengan Telkomsel Samarinda dalam acara *roadshow* ke sekolah – sekolah untuk memberikan informasi berupa penggunaan teknologi yang berhubungan dengan teknik pengambilan foto dan video. Terwujudnya kerjasama antara Telkomsel membuktikan bahwa anggota komunitas Yicam Samarinda telah memperluas jaringan komunikasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran peneliti terhadap Penggunaan Media Sosial *Line Messenger* Dalam Memenuhi Kebutuhan Sosial Integratif Pada Anggota Komunitas Yicam Samarinda, yaitu :

1. Penggunaan sosial media *Line Messenger* pada komunitas Yicam Samarinda pada hasil penelitian ini mempermudah dalam berkomunikasi secara tidak langsung atau menggunakan media, akan tetapi sebaiknya anggota komunitas melakukan komunikasi secara langsung dalam berinteraksi jauh lebih baik dan diharapkan mampu menambah peningkatan dalam menjalin hubungan sesama anggota komunitas. Selain itu diharapkan mampu menambah intensitas pertemuan antara sesama anggota komunitas, agar dapat terciptanya hubungan yang harmonis dan menimbulkan rasa kekeluargaan.
2. Sebagai komunitas pengguna *action camera* Xiaomi Yi Samarinda diharapkan mampu menjadi sumber informasi kepada komunitas pengguna kamera lainnya untuk bertukar informasi mengenai kamera, tak hanya dengan sesama komunitas pengguna kamera saja melainkan dapat menjadi sumber informasi pada masyarakat yang ingin mengetahui tentang penggunaan *action camera* di kota Samarinda, karena dapat membantu memenuhi kebutuhan sosial integratif dari indikator memperkuat jaringan komunikasi.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro., Komala, Lukiati., dan Karlinah, Siti. 2012. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*, Jakarta : Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hidayat, Dasrun. 2012. *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Maulana, Herdiyan dan Gumelar, Gungum. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta : Akademia Permata.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Miles B,Matthew dan Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Metode-metode Baru*, Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Miles, Matthew B.,Huberman, A. Michael dan Saldana, Johnny. 2014. *Qualitative Data Analysis*. California : SAGE Publications, 2014.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nawawi. 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Edi dan Setiansah, Mite. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Severin, J Werner dan Tankard, W James. 2011. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : CV. Pustaka Setia.

Jurnal :

- Putra, Aucky. 2014. "Peran Smartphone Dalam Interaksi Sosial Anak Muda". Universitas Brawijaya
- Najib, Muhammad. 2014. "Pemaknaan Sticker Emoticon LINE Messenger sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman". Universitas Mulawarman
- Gustam, Rizky Ramanda. 2015. "Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan". Universitas Mulawarman
- Sitorus, Rezki Julianrindah. 2013. "Dampak Penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Berbelanja Online". Universitas Mulawarman
- Siregar, Siti Melisa Indahti. 2015. "Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasional Media Online *www.medan.tribunnews.Com Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*)". Universitas Sumatera Utara

Situs Web:

- <http://selular.id/news/2016/03/indonesia-menjadi-negara-pengguna-terbesar-di-asia/> (diakses pada rabu 13 april 2016)
- <http://gadgetplus.id/line-conference-tokyo-2016-pencapaian-tahun-sebelumnya-dan-rencana-strategis-kedepan/2/> (diakses pada 13 april 2016)
- <https://www.kompasiana.com/azizbachtiar/551b05a7a33311ec21b65c24/aplikasi-chatting-yang-lengkap-di-smartphone-dan-pc-dengan-fitur-telepongratis> (diakses pada 13 april 2016)
- <http://www.kajianpustaka.com/2016/08/teori-penggunaan-dan-pemenuhan-kepuasan.html> (diakses pada 13 april 2016)
- <https://id.techinasia.com/line-kini-miliki-216-juta-pengguna-di-dunia-makin-kuat-di-indonesia> (diakses pada 13 april 2016)
- http://www.kompasiana.com/stephanusaranditio/media-baru-dan-karakteristiknya_54f8c48aa333115c378b46a6 (diakses pada 13 april 2016)
- <https://kumparan.com/@kumparantech/pengguna-line-di-indonesia-capai-90-juta-didominasi-anak-muda> (diakses pada 5 november 2018)