

**MOTIF *UPLOAD STORY*
DI MEDIA SOSIAL *WHATSAPP*:
Studi Etnografi Virtual *Upload Story*
Mahasiswa IAIN Jember**

Abd Mukit dan Miftahus Sa'diyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember
abdmukit0896@gmail.com, miftah.sadiyah17@gmail.com



Abstrak

Berbicara tentang media sosial sudah lama mejadi media yang digandrungi oleh khalayak ramai mulai dari kalangan tua, muda, hingga anak-anak. Kegandrungan terhadap media sosial yang bersifat maya tersebut menjadikan banyak orang berlomba-lomba menciptakan aplikasi atau media baru yang dapat memicu kegemaran masyarakat. Salah satunya adalah media sosial WhatsApp, yakni sebuah aplikasi media sosial yang didirikan dan diciptakan pada tahun 2009 dan saat ini pada tahun 2018 lebih dari 1,5 miliar pengguna aktif WhatsApp dalam hitungan perbulan. Selang perkembangannya yang semakin membeludak WhatsApp menambahi fitur-fitur baru sehingga dapat memikat para penggunanya untuk tetap setia menggunakan aplikasi tersebut. Salah satu fitur yang ditawarkan WhatsApp belakangan ini adalah tersedianya fitur story. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif aploud story di media

sosial WhatsApp pada mahasiswa institut agama islam negeri jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi etnografi virtual. Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa motif mahasiswa mengaploud story di WahtsApp salah satunya adalah sebagai Motif ingin tahu, menghibur, dan media ekpresi.

Kata Kunci: Media Sosial, Whatsapp, Motif.

Abstract

Social media has long been a media that love by the crowd ranging from the old, young, to the children. Affection of social media that is virtual makes many people competing to create applications or new media that can trigger community penchant. One of them is WhatsApp, which is a social media application that was founded and created in 2009 and currently in 2018 more than 1.5 billion active users WhatsApp in a matter of months. The progressive of growing adds new features to lure users to stay faithful with the app. One feature offered WhatsApp lately is the availability of feature stories. This research aims to find out the motive of aploud story in WhatsApp social media at the student of Islamic religion institute of jember country. This study uses a qualitative approach with a type of virtual ethnography study. The results that showed are some student motives to upload their story in WahtsApp. one of them is as motive curious, entertaining, and just for media expression.

Keywords: Social Media, WhatsApp, Motive.



PENDAHULUAN

Internet beberapa tahun belakangan ini menjadi alat bantu manusia yang sangat populer dan dianggap penting dalam membantu manusia untuk berkomunikasi secara tidak langsung.

Menjadikan internet semakin tidak bisa dilepaskan dari kehidupan dunia moderen, hal tersebut dibuktikan dengan menjamurnya para penikmat dan pengguna internet bukan hanya orang dewasa saja bahkan semua kalangan hingga merambat kepada anak-anak yang masih usia dini.

Internet adalah sebuah medium terbaru yang mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu. Apa yang membuat bentuk-bentuk komunikasi berbeda satu sama lain bukanlah penerapan aktualnya, namun perubahan dalam proses komunikasi seperti kecepatan komunikasi, harga komunikasi, persepsi pihak-pihak yang berkomunikasi, kapasitas *storage* dan fasilitas tempat mengakses informasi, densitas (kepekatatan atau kepadatan) dan kekayaan arus-arus informasi, jumlah fungsionalitas atau intelijen yang dapat ditransfer. Jadi menurut Santana, titik esensinya adalah bahwa keunikan internet terletak pada efisiensinya sebagai sebuah medium (Kurnia. 2005: 135-136).

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video *YouTube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis. Menurut Dan Zarella di bukunya “The Social Media Marketing Book” media sosial mempunyai banyak bentuk, Dan Zarella membaginya menjadi delapan bentuk media sosial yang paling populer yaitu blog, *microblog*, jejaring sosial, situs *media-sharing*, *social bookmark* dan berita sosial, situs rating dan *review*, forum dan dunia virtual.

Pertama adalah Blog. Blog adalah sejenis sistem manajemen konten (*Content Management System/CMS*) yang memudahkan siapa

saja untuk mempublikasikan tulisan-tulisan pendek yang dinamakan *post*. *Blogging* dimulai pada tahun 1999, ketika *LiveJournal* dan *Blogger* diluncurkan. Para pengguna blog dapat membuat blog sendiri secara gratis tanpa memerlukan kemampuan teknis yang tinggi. Di Indonesia, blog yang paling populer adalah *WordPress* dan *Blogspot* dimana menurut *salingsilang.com* report – February 2011 blog Indonesia tercatat sekitar 4 juta lebih, dengan 80% menggunakan *blogspot*, dan 14,5% menggunakan *WordPress*. Dan hanya 32,7% yang meng-*update* blognya selama 3 bulan terakhir.

Kedua adalah *Microblog*. pada Mei 2007, sudah beroperasi sekitar 111 *microblogging system*, *Twitter*, yang diciptakan pada Maret 2006 menjadi yang paling populer. *Twitter* mulai populer pada paruh pertama 2009 setelah para selebriti terkenal di Amerika menjadi anggotanya. *Microblog* itu sejenis situs media sosial yang membatasi ukuran setiap *post*-nya (karakter). Akibat dari pembatasan ini melahirkan fitur-fitur, protokol-protokol dan perilaku yang sangat unik di media ini. Menurut Dan Zarella, meskipun *Twitter* sekarang sangat dominan, dominasi ini tidak akan berlangsung selamanya.

Ketiga adalah Jejaring Sosial. Era modern jejaring sosial dimulai pada tahun 2002, ketika Jonathan Abrams meluncurkan *Friendster*. Jejaring Sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, baik yang mereka kenal di dunia nyata maupun di dunia maya. Situs jejaring sosial menyediakan sejumlah layanan untuk berinteraksi seperti *plugin application*, *group* dan halaman *fan*. Jejaring sosial menitikberatkan pada koneksi yang erat antara orang-orang yang anda kenal pada kehidupan nyata dibandingkan dengan yang hanya dikenal lewat dunia maya. Jejaring sosial membatasi jumlah orang yang bisa anda ajak berteman pada suatu waktu tertentu, dengan tujuan untuk mencegah *spammer* yang berusaha membangun jaringan raksasa.

Ada 3 jejaring sosial yang paling populer saat ini, yaitu *Facebook*, *LinkedIn* dan *MySpace*.

Keempat adalah Situs *Media-Sharing*. Situs-situs *Media-Sharing* membuat para pengguna dapat berbagi banyak jenis media, dan situs-situs tersebut memiliki banyak fitur. Di sini kita dapat membuat dan mengunggah konten multimedia, yang terkadang disebut *User Generated Content*. Situs media *sharing* yang cukup populer adalah *youtube*, *flickr* dan *slideshare*. Situs media-*sharing* memudahkan pengguna untuk membuat, menyebarkan konten multimedia ke ribuan atau jutaan pengguna.

Kelima adalah Berita Sosial dan *Social Bookmark*. Situs berita sosial memungkinkan para penggunanya men-*submit* konten-konten dan melakukan *voting* untuk konten-konten tersebut dari seluruh web. Proses *voting* ini turut memilah tautan-tautan yang paling menarik. Sedangkan situs *social bookmarking* menawarkan kepada para pengguna untuk mengoleksi dan menyimpan tautan-tautan menarik yang mereka temukan dan ingin mereka kunjungi lagi. Situs-situs yang populer adalah *Digg*, *Reddit*, *StumbleUpon*, dan *Delicious*. Media ini merupakan tempat yang bagus untuk mengundang ribuan pengunjung dan ratusan tautan ke halaman tertentu.

Keenam adalah Situs Rating dan *Review*. Saat ini *Yelp* merupakan direktori *review* terbesar yang merupakan perpaduan antara jejaring sosial, rating, komunitas pertemanan, dan beragam *tool* untuk para pebisnis. Situs ini sangat bermanfaat untuk pegawai pemasaran terutama situs yang terfokus pada bisnis lokal.

Ketujuh adalah Forum. Forum merupakan jenis media sosial yang paling tua, forum merupakan *community bulletin board* yang digunakan untuk saling kirim *email*, *chatting*, dan mengakses piranti lunak. Fokus forum adalah diskusi. Para pengguna dapat mem-

posting konten ke forum ini dan orang lain akan meresponnya. Forum merupakan tempat yang sangat tepat untuk membangun reputasi *online* dalam bidang tertentu.

Kedelapan adalah Dunia Virtual. Dunia virtual mulai muncul dengan fokus pada game-game terkenal seperti *World of Warcraft* dan game-game *online* lainnya. Dunia virtual menawarkan kesempatan untuk memberi audiens suatu pengalaman-pengalaman yang unik dan dahsyat (Zarella : 2010, 2-3)

Berbagai bentuk jejaring sosial yang ditawarkan dalam kancah dunia maya, seperti *Email, Facebook, Instagram, Path, Twitter, WhatsApp* dan lain sebagainya telah bermunculan saat ini. Pada dasarnya bertujuan untuk memudahkan orang berkomunikasi jarak jauh melalui dunia maya, Sehingga Jalinan silaturahmi antar saudara, kerabat dekat, famili, teman bahkan orang yang baru dikenal lewat sosial media tetap terjaga meskipun jarak yang sangat jauh hingga belahan dunia.

Whatsapp merupakan salah satu layanan yang dapat bebas digunakan untuk *chatting* yang bisa kita dapatkan dengan cara mengunduhnya di *playstore android, iphone* dan sebagainya. Data yang disajikan oleh *playstore android* saat ini menunjukkan bahwasanya *WhatsApp* menduduki peringkat paling tinggi yang diunduh atau digunakan oleh masyarakat dibandingkan dengan *BBM, LINE* atau *Kakao Talk*.

Dengan menggunakan *WhatsApp* kita dapat berkomunikasi kapan dan dimanapun dengan orang yang memiliki aplikasi serupa selama kita tersambung dengan koneksi data internet. Saat ini sudah semakin banyak orang yang mengunduh aplikasi *WhatsApp* untuk digunakan sebagai layanan berkomunikasi. Dengan aplikasi *WhatsApp* kita memang dimudahkan dalam kegiatan berkomunikasi sehari-hari dengan teman, sahabat ataupun keluarga.

Menurut William I. Gordon dalam Mulyana komunikasi memiliki empat fungsi yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental. Dalam penelitian yang dilakukan tentang *upload story* merupakan fenomena yang dapat digolongkan dalam salah satu fungsi komunikasi seperti yang telah disebutkan di atas, yakni komunikasi ekspresif. Komunikasi ekspresif pada dasarnya tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, akan tetapi komunikasi tersebut dapat dijadikan instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) (Mulyana, 2007: 24). Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan non verbal.

WhatsApp tidak hanya digunakan oleh kalangan umum saja, akan tetapi kalangan pendidikan pun seperti para mahasiswa, dosen, karyawan dan lainnya juga mempunyai media sosial. Tidak hanya untuk memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-teman. Juga sebagai media untuk mengakses dan atau memberikan informasi terkait hal-hal yang dianggap penting dan perlu disampaikan.

Mahasiswa IAIN Jember juga menjadi salah satu penggemar dan penikmat aplikasi *WhatsApp* yang belakangan ini menjadi aplikasi yang sangat digandrungi oleh mereka. Karena dalam aplikasi tersebut menawarkan banyak fitur-fitur menarik yang menyebabkan mahasiswa menyukainya. Salah satu fitur di *Whatsapp* yang disukai dan baru-baru ini digandrungi oleh mahasiswa IAIN Jember adalah *media story*. Yakni sebuah kolom di *Whatsapp* yang menyediakan tempat menulis status, *upload* foto, *upload* video yang bisa dilihat oleh semua orang yang menyimpan kontak orang yang meng-*upload story*. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui apa motif *upload story* di media sosial *WhatsApp* mahasiswa IAIN Jember.

Adapun metode yang digunakan peneliti dalam penelitian

ini adalah metode kualitatif dengan studi etnografi virtual. Yakni, merupakan metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan atau kultur pengguna di ruang siber. Sebagai sebuah kultur dan artefak kultural, *cyberspace* atau dunia siber bagi peneliti etnografi virtual bisa mendekati beberapa objek atau fenomena yang ada di internet (Nasrullah. 2014: 181-182).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti memandang bahwa fenomena *upload story* di media sosial *WhatsApp* dikalangan pengguna media sosial khususnya dikalangan mahasiswa IAIN Jember memiliki makna dan realitas sosial. Sehingga paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai konseptual yang ada di dalam pikirannya (Ardianto. 2009: 151).

Motif *Upload Story* di Media Sosial *Whatsapp* Mahasiswa IAIN Jember

Berdasarkan pada wawancara yang telah dilakukan kepada informan dalam penelitian ini baik wawancara yang telah dilakukan secara *online* maupun *offline*, peneliti mendapatkan data-data yang mendukung penelitian ini tentang bagaimana fenomena *upload story* di media sosial *WhatsApp* dikalangan mahasiswa IAIN Jember terkait dengan apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, yakni mengenai motif pengguna *WhatsApp* melakukan aktivitas *upload story*. Sehingga melalui penelitian ini, akan diketahui apa yang menjadi motif pengguna *WhatsApp* dalam melakukan aktivitas *upload story*.

Motif Ingin Tahu

Adanya rasa ingin tahu yang muncul dalam diri informan dikarenakan faktor dari aktivitas penggunaan media sosial yang dilakukan oleh informan. Dari jawaban semua informan yang diwawancarai baik online maupun offline menyatakan bahwa belakangan ini menjadi salah satu faktor informan dalam melakukan aktivitas *upload story* di media sosial *WhatsApp* dikarenakan mereka aktif menggunakan *WhatsApp* setiap hari. Sehingga timbul rasa ingin tahu yang mendalam tentang sesuatu yang mereka inginkan. Yakni mereka ingin tahu seberapa besar orang yang melihat atau membaca *upload story* mereka setiap harinya.

Salah satu informan yang diwawancarai mengatakan “aku *upload story* iku yo krono aku pengen eruh sopoan sing delok dan moco *storyku*, akeh opo ora, engko neg akeh kan brarti akeh sing keponang *storyku*”. Jadi pada intinya sebagian dari informan menyatakan bahwa mereka *upload story* di *WhatsApp* itu hanya karena rasa ingin tahu mereka terhadap seberapa banyak orang yang melihat *story* nya. Pernyataan tersebut diperkuat dengan tambahan oleh informan bahwa mereka melakukan *upload story* itu dengan tujuan dakwah, sehingga orang yang membacanya dapat mengambil ibroh dari tulisannya.

Motif Menghibur

Motif kedua yang peneliti temukan dari hasil wawancara adalah motif menghibur, Mahasiswa IAIN Jember melakukan kegiatan *upload story* di media sosial *WhatsApp* dikarenakan adanya rasa atau keinginan untuk menghibur atau memberikan hiburan kepada orang yang melihat atau membaca *story* nya, baik dalam bentuk tulisan maupun gambar. Mereka senang dengan mereka melakukan *upload story* tersebut sehingga mereka merasa dapat

menghibur orang lain.

Informan melakukan atau menyajikan story menggunakan ide-ide yang menghibur, topik atau kata-kata yang menarik sehingga diharapkan nantinya informan mendapatkan respon yang baik dari pembaca atau orang yang melihat *story* nya di media sosial *WhatsApp*. Sehingga menarik informan untuk terus meng *upload story* di *WhatsApp* dengan tujuan memberikan hiburan kepada orang lain.

Motif Ekpresi

Adapun motif ketiga mahasiswa IAIN Jember melakukan aktifitas *upload story* di media sosial *WhatsApp* adalah sebagai media ekspresi dimana informan dapat meluapkan ekspresi kebahagiaan, sedih dan lain sebagainya, yang hal tersebut dapat membuat mereka beranggapan bahwa yang mereka lakukan tersebut merupakan luapan ekspresi yang dapat dilihat oleh orang lain agar terasa hidup dan tidak membosankan.

Tabel 01. Motif *upload story* di media sosial whatsapp Mahasiswa IAIN Jember

NO	MOTIF	JUMLAH INFORMAN
01	Motif ingin tahu	25 orang
02	Motif menghibur	33 orang
03	Motif ekspresi	42 orang
	Jumlah	100 orang

Makna Melakukan *Upload Story* di *Whatsapp* Bagi Mahasiswa IAIN Jember *Merasa diperhatikan orang lain*

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada

informan, peneliti menemukan bahwa informan merasa senang ketika *upload story* yang mereka lakukan mendapatkan respon dari orang lain. Informan juga merasa bahwa respon yang mereka dapatkan dari orang lain juga merupakan masukan untuk lebih baik lagi ke depannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan bahwa dengan adanya komentar dari orang lain yang membaca *story* nya baik itu komentar positif atau negatif, informan merasa bahwa hal tersebut merupakan kritikan dan saran yang harus diterima informan untuk semakin baik lagi dan mengevaluasi diri. Tentunya hal ini terjadi karena adanya interaksi antara informan dengan orang yang membaca *story* nya terkait dengan *story* yang dibuat dan juga mengenai topik *story* yang diangkat oleh informan. Sehingga dari aktivitas *upload story* yang dilakukan informan mereka mendapatkan perhatian dari orang lain ataupun pengguna *WhatsApp* lainnya.

Memberikan Informasi Kepada Orang Lain

Dengan memberikan dan mengangkat topik pada setiap *story* yang dibuat dan di *share* ke *WhatsApp*, informan merasa memberikan informasi kepada orang lain terkait dengan apa yang sedang *trend* saat ini dan apa yang menjadi kebiasaan-kebiasaan sehari-hari di sekitar lingkungan sosial mereka. Memberikan informasi di sini dapat dilihat melalui pesan yang disampaikan dalam *story* yang dibuat serta penggunaan *hashtag* yang dilakukan oleh informan. Dengan penggunaan *hashtag* ini, informan memberikan informasi kepada orang lain.

Selain itu informan yang merupakan mahasiswa dari IAIN Jember mengungkapkan bahwa dalam *upload story* di sini juga merupakan media dakwah yang sangat penting dilakukan agar dapat memberikan manfaat bagi orang lain, serta dapat terus meningkatkan nilai pengetahuan agama atau ilmu lainnya melalui

upload story di media sosial *WhatsApp*.

Tabel 02. Makna melakukan *upload story* di media sosial whatsapp bagi Mahasiswa IAIN Jember

NO	MAKNA	JUMLAH INFORMAN
01	Merasa diperhatikan	33 orang
02	Merasa meberikan informasi	67 orang
	Jumlah	100 orang

PENUTUP

Berangkat dari hasil pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa didalam aktifitas *upload story* dimedia sosial whatsapp mahasiswa IAIN Jember terdapat motif atau maksud tersendiri ketika mereka mengupload story di whatsapp antara lain adalah mereka mempunyai motif atau maksud pertama sebagai rasa ingin tahu, motif ingin tahu dan motif ekpresi.

Selain itu, mereka ketika melakukan aktifitas *upload story* di whatsapp mereka juga memaknai dan merasa diperhatikan oleh pengguna whatsapp yang lain, merasa memberikan informasi yang mereka anggap sangat bermanfaat bagi orang lain, sehingga dalam aktifitas *upload story* ini mereka merasa sebagai rutinitas yang dapat mereka laksanakan setiap hari.



BIBLIOGRAFI

- Ardianto dan Q-Ness.2009. *Penelitian kualitatif*. Bandung: Simbiosis
Rakama Media.
- Deddy Mulyana. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung:
Rosda.
- [http://repository.ump.ac.id/4042/3/BAB%20II_YENI%20YEN%20PANGES I_PGSD%2717.pdf](http://repository.ump.ac.id/4042/3/BAB%20II_YENI%20YEN%20PANGES%20I_PGSD%2717.pdf)
Komputindo
- Nasrullah. 2014. *Metode Penelitian*. Bandung: Kencana.
- Septiawan santana Kurnia. 2005. *Jurnalisme kontemporer*. Jakarta:
PT:Elex Media
- Zarella.2010. *The Social Media Marketing Book*. Bandung: CV
Ultimus Jurnal

