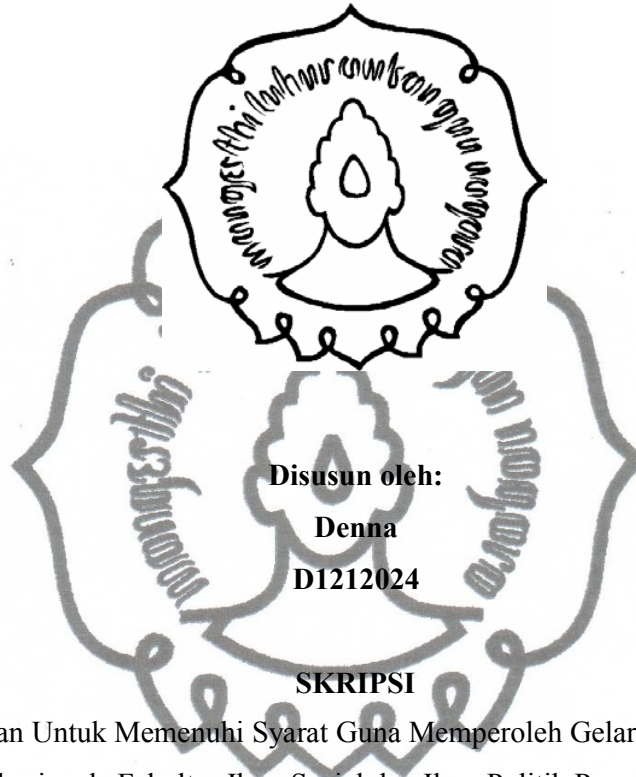


Komunikasi Konvergensi dan Divergensi dalam *New Media*
(Studi Kasus Komunikasi Konvergensi dan Divergensi pada Komunikator
Media Sosial *Ask.fm*)



Disusun oleh:

Denna

D1212024

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu
Komunikasi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

2015


commit to user

PERSETUJUAN

**Komunikasi Konvergensi dan Divergensi dalam *New Media*
(Studi Kasus Komunikasi Konvergensi dan Divergensi pada Komunikator
Media Sosial Ask.fm)**

Telah Disetujui
untuk Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Surakarta, 07 Agustus 2015
Pembimbing Skripsi



Dra. Prahastiwi Utari, M. Si, Ph. D

NIP 19600813 198702 2 001

PENGESAHAN

Telah Diuji dan Disahkan oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Hari : Jum'at

Tanggal : 04 september 2015

Tim Penguji :

Ketua : Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D
NIP. 19710217 199802 1 001

Sekretaris : Firdastin Ruthnia Y., S.Sos, M.Si
NIP. 19760524 201012 2 001

Penguji : Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D
NIP.19600813 198702 2 001

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si

NIP. 19610825 198601 2 001

MOTTO



“And seek help in patience and prayer”
- **Qs. Al-Baqarah:45**

“Successful indeed are the believers, those who humble themselves in their prayers” – **Qs. Al-Mu’minun:1-2**

“Everything will be okay in the end. If its not okay, its not the end”
- **John Lennon**

commit to user

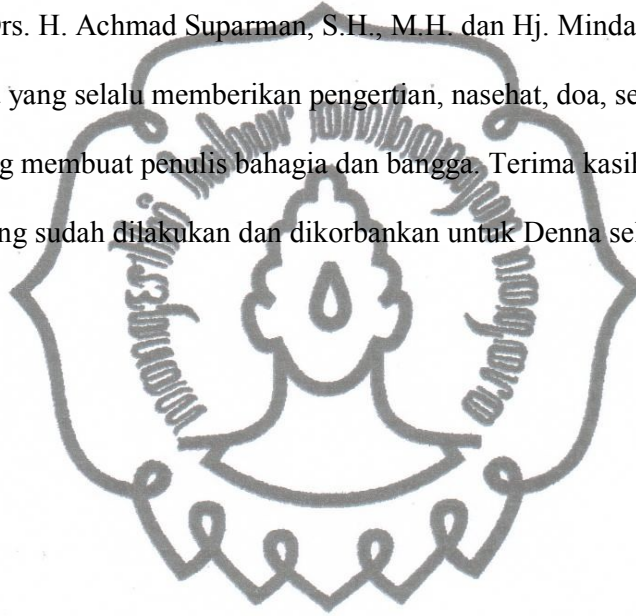
HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Ayah & Ibu

Drs. H. Achmad Suparman, S.H., M.H. dan Hj. Minda Lestari

Orang tua yang selalu memberikan pengertian, nasehat, doa, serta menjadi dua sosok yang membuat penulis bahagia dan bangga. Terima kasih atas semua hal yang sudah dilakukan dan dikorbankan untuk Denna selama ini.



commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Skripsi dengan judul Komunikasi Konvergensi dan Divergensi dalam *New Media* (Studi Kasus Komunikasi Konvergensi dan Divergensi pada Komunikator Media Sosial *Ask.fm*) disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada orangtua serta Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini, tentu penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka penulis pun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, ridho, nikmat, dan kemudahan, tidak hentinya saya mengucapkan Hamdallah terhadap pencapaian ini.
2. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan doa, dukungan, dan pengertian.
3. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS yang telah memberikan ijin penelitian.
4. Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D. selaku pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak dukungan dan bimbingan selama penulisan hingga tahap penyelesaian skripsi.
5. Sri Hastjarjo, S.Sos. Ph.D. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu memberikan kelancaran dalam proses skripsi.
6. Drs. Aryanto Budhy Sulihyantoro, M.Si. selaku Pembimbing Akademik.

commit to user

7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
8. Seluruh narasumber Nidya Febriani, Satriya Adhiguna, Sahid Permana Nurwahdito, Dezky Oka, dan Reza Pahlevi atas waktu dan kerjasama.
9. Fabian Rahim yang menemani, memberikan semangat, motivasi, masukan, serta menghibur penulis.
10. Teman-teman 'BALKON' Debhora Cindi, Atiti Swandya, Gatot Caesar, Tony Faisal, Rofy Kurniawan, Dimas 'Gembel', Farahmila 'Faya' untuk persahabatan selama ini menggebrak Solo, *YOU ROCK!*
11. Chayrani Rachim, Hana Septi, Rinaldi Yushar, dan Zendhy Adi Sukma atas semua bantuannya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan, yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, demikianlah skripsi ini saya persembahkan kepada semua pihak yang telah terlibat. Saran dan kritik yang membangun atas skripsi ini sangat penulis harapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Surakarta, Agustus 2015

Penulis,

DENNA

commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN PENELITIAN	10
D. MANFAAT PENELITIAN.....	11
E. TINJAUAN TEORITIS	11
1. Komunikasi	11
1.1 Definisi Komunikasi	11
1.2 Unsur Komunikasi.....	12
1.3 Identitas Material.....	13

1.4 Komunikasi Massa	15
2. Teori Determinisme Teknologi	17
3. Produksi Pesan	19
4. Konvergensi	21
5. Divergensi	22
6. Media Baru	23
6.1 Media Sosial	24
6.2 <i>Ask.fm</i>	24
F. KERANGKA PEMIKIRAN	26
G. DEFINISI KONSEP PENELITIAN	28
1. Komunikator	29
2. Pesan	30
3. Produksi Pesan	32
4. Konvergensi	34
5. Divergensi	36
H. METODOLOGI	37
1. Jenis Penelitian	37
2. Lokasi Penelitian	41
3. Subjek Penelitian	41
4. Objek Penelitian	42
5. Sumber Data	43
6. <i>Sampling</i>	43
7. Teknik Pengumpulan Data	45

commit to user

8. Teknik Analisis Data	46
9. Teknik Validitas Data	50
BAB II DESKRIPSI LOKASI	52
A. <i>ASK.FM</i>	52
B. IDENTITAS NARASUMBER	59
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Komunikator	61
1. Identitas Material	61
1.1 Nama Profil	62
1.2 <i>Username</i>	67
1.3 Foto Profil	72
1.4 Lokasi	78
1.5 Biografi	82
2. Tema Pesan	95
2.1 Sosial (Cinta)	96
2.2 Aktualisasi Diri	117
3. Pemahaman Komunikator terhadap Komunikan	121
5.1 Komunikator memahami komunikan	122
5.2 Komunikator tidak memikirkan komunikan	125
4. Produksi Pesan	126
4.1 Konvergensi	126
4.2 Divergensi	143
B. Benang Merah	152

commit to user

BAB IV PENUTUP	155
A. KESIMPULAN	155
B. SARAN	157
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN	163



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Perbedaan Antara Era Media Pertama dan Kedua.....	23
2. Tabel 1.3 Tabel Daftar Narasumber.....	42
3. Tabel 3.1.1 Tabel Tabel Identitas Material.....	95
4. Tabel 3.2.1 Tabel Tema Pesan.....	120
5. Tabel 3.4.1 Tabel Cara Produksi Pesan dalam Konvergensi dan Divergensi..	152



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 Kerangka pemikiran	26
2. Gambar 1.2 Profil akun <i>Ask.fm</i> narasumber 1	41
3. Gambar 1.3 Profil akun <i>Ask.fm</i> narasumber 2	41
4. Gambar 1.4 Profil akun <i>Ask.fm</i> narasumber 3	41
5. Gambar 1.5 Profil akun <i>Ask.fm</i> narasumber 4	42
6. Gambar 1.6 Profil akun <i>Ask.fm</i> narasumber 5	42
7. Gambar 1.7 Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif	47
8. Gambar 2.1 Logo <i>Ask.fm</i>	59
9. Gambar 3.1.1. Menggunakan nama profil dengan nama asli yang lengkap.....	63
10. Gambar 3.1.2. Menggunakan nama profil dengan nama asli yang lengkap.....	64
11. Gambar 3.1.3. Menggunakan nama profil dengan nama asli yang lengkap.....	64
12. Gambar 3.1.4. Menggunakan nama profil dengan menyingkat nama depan ...	65
13. Gambar 3.1.5. Menuliskan nama profil dengan tulisan Arab	66
14. Gambar 3.1.6. Menuliskan <i>username</i> dengan nama lengkap.....	68
15. Gambar 3.1.7. Menuliskan <i>username</i> dengan nama lengkap.....	68
16. Gambar 3.1.8. Menggunakan <i>username</i> dengan menyingkat nama belakang ..	69
17. Gambar 3.1.9. Menggunakan <i>username</i> dengan nama panggilan.....	70
18. Gambar 3.1.10. Menggunakan <i>username</i> dengan nama yang diinginkan	71
19. Gambar 3.1.11. Memasang foto diri sendiri.....	73
20. Gambar 3.1.12. Memasang foto diri sendiri.....	74
21. Gambar 3.1.13. Memasang foto muka <i>edit</i>	75
22. Gambar 3.1.14. memasang foto muka <i>edit user</i>	75

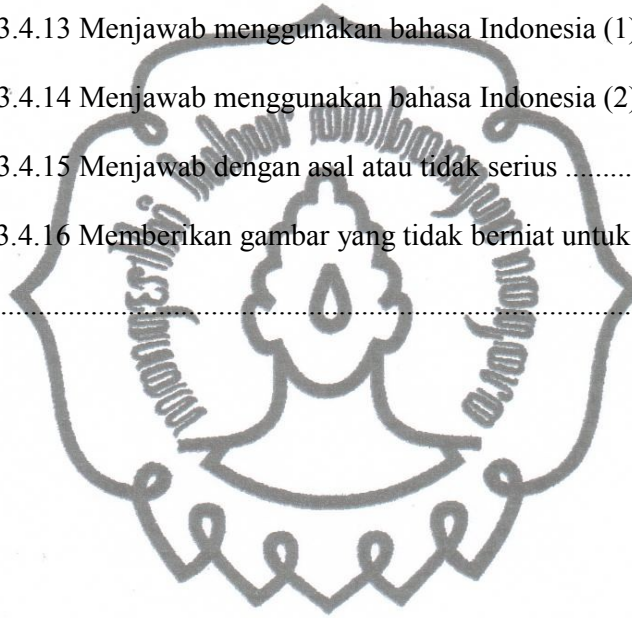
23. Gambar 3.1.15. Memasang foto bertuliskan nama.....	77
24. Gambar 3.1.16. Menuliskan kota Jakarta dan negara Indonesia.....	78
25. Gambar 3.1.17. Menuliskan kota Jakarta.....	78
26. Gambar 3.1.18. Menuliskan Lokasi Via Tol Cipularang dengan penjelasan dibawahnya.....	80
27. Gambar 3.1.19. Menuliskan lokasi Jakarta-Bandung.....	81
28. Gambar 3.1.20. Menuliskan lokasi Via Tol Cipularang.....	82
29. Gambar 3.1.21. Menuliskan lokasi Nomaden.....	83
30. Gambar 3.1.22. <i>Link</i> menunjukkan ekspresi percaya diri.....	84
31. Gambar 3.1.23. <i>Link</i> menunjukkan ekspresi ceria.....	85
32. Gambar 3.1.24. <i>Link</i> menunjukkan hal kesukaan.....	86
33. Gambar 3.1.25. <i>Link</i> menunjukkan pendidikan di SBM ITB.....	87
34. Gambar 3.1.26. <i>Link Gmail, Snapchat, Instagram, Twitter</i>	88
35. Gambar 3.1.27. <i>Link Email, Instagram Pribadi, dan Instagram Jualan</i>	89
36. Gambar 3.1.28. <i>Link Instagram dan Tumblr</i>	90
37. Gambar 3.1.29. <i>Link Instagram</i>	91
38. Gambar 3.1.30. <i>Link Behance</i>	92
39. Gambar 3.1.31. <i>Link</i> penjelasan arti Jerbat.....	92
40. Gambar 3.1.32. <i>Link</i> penjelasan arti Supersakid.....	92
41. Gambar 3.2.1. <i>Akatsuki</i> melaksanakan sholat sebagai bentuk taubat.....	97
42. Gambar 3.2.2. Tulisan peringatan anak zaman sekarang yang tidak solat.....	99
43. Gambar 3.2.3. Cuplikan <i>scene</i> dari film ‘ <i>You’re The Apple of My Eyes</i> ’ yang menunjukkan wanita.....	101

commit to user

44. Gambar 3.2.4. Tipe wanita yang disukai.....	102
45. Gambar 3.2.5. Kata-kata mengenai kenangan dengan ayah.....	104
46. Gambar 3.2.6 Takut kehilangan ibu.....	105
47. Gambar 3.2.14. Kesan pertama pada orang yang baru dikenal.....	106
48. Gambar 3.2.15. Cara berkenalan dengan media sosial.....	107
49. Gambar 3.2.16. <i>Fans</i> yang sangat tergila-gila.....	109
50. Gambar 3.2.17. Menanggapi <i>followers</i> dan <i>haters</i>	110
51. Gambar 3.2.7. Memberikan tips agar tidak bosan.....	111
52. Gambar 3.2.10 Mantan pacar menikah dengan orang lain.....	112
53. Gambar 3.2.8. <i>Single</i> itu lebih pintar.....	113
54. Gambar 3.2.9 Cara memiliki pacar sesuai yang diinginkan.....	114
55. Gambar 3.2.11 Cinta dengan bersabar.....	115
56. Gambar 3.2.12 Bertepuk sebelah tangan.....	116
57. Gambar 3.2.13 <i>Friendzone</i>	117
58. Gambar 3.2.18 Memberikan informasi tentang novel.....	118
59. Gambar 3.2.19 Memberikan penjelasan terhadap CV.....	119
60. Gambar 3.4.1 Menjawab sesuai <i>concern</i> dan <i>passion</i>	129
61. Gambar 3.4.2 Bahasan yang menarik mengenai tips mengawali interaksi.....	130
62. Gambar 3.4.3 Menjawab tentang kenangan yang membuat rindu.....	131
63. Gambar 3.4.4 Memberikan motivasi sebagai bentuk perhatian.....	133
64. Gambar 3.4.5 Menjawab dengan memberikan poin.....	134
65. Gambar 3.4.6 Menjawab karena ingin mengingatkan dan menggambarkan ..	135
66. Gambar 3.4.7 Memberikan gambaran yang jelas.....	136

commit to user

67. Gambar 3.4.8 Menggunakan huruf kapital mengartikan kesal	138
68. Gambar 3.4.9 Menggunakan huruf kapital mengartikan bingung.....	139
69. Gambar 3.4.10 Mengulang kata mengartikan meremehkan.....	140
70. Gambar 3.4.11 Menjawab dengan sinis untuk meremehkan.....	142
71. Gambar 3.4.12 Menulis kata <i>vulgar</i> untuk memperjelas pesan	143
72. Gambar 3.4.13 Menjawab menggunakan bahasa Indonesia (1).....	145
73. Gambar 3.4.14 Menjawab menggunakan bahasa Indonesia (2).....	146
74. Gambar 3.4.15 Menjawab dengan asal atau tidak serius	147
75. Gambar 3.4.16 Memberikan gambar yang tidak berniat untuk membalas jawaban.....	148



ABSTRAK

DENNA, D1212024, KOMUNIKASI KONVERGENSI DAN DIVERGENSI DALAM *NEW MEDIA* (Studi Kasus Komunikasi Konvergensi dan Divergensi pada Komunikator Media Sosial *Ask.fm*), Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Agustus 2015.

Manusia adalah makhluk sosial yang melakukan komunikasi dalam kehidupannya. Internet merupakan media baru yang memberikan kebebasan penggunaannya untuk melakukan interaksi dengan siapa pun pengguna internet lainnya dalam jenis media tertentu.

Ask.fm adalah media sosial yang memberikan kebebasan penggunaannya berinteraksi dengan pengguna beridentitas atau anonim. Hal ini menjadi kontroversi di *Ask.fm* berkaitan kasus *bullying*. Kasus tersebut menunjukkan menjauhnya komunikasi dari konvergensi yang positif bahkan menjadi divergensi.

Fenomena terjadinya konvergensi dan divergensi dalam *Ask.fm* sesuai dengan teori Determinisme Teknologi dari Marshal McLuhan yang menyebutkan perubahan dengan bermacam cara berkomunikasi akan membentuk keberadaan manusia, teknologi membentuk individu cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan mengarahkan untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Produksi pesan menggunakan *Message Design Logic* dari Barbara J. O'Keefe mengenai pesan *expressive*, *conventional*, dan *rhetorical* yang membentuk konvergensi dan divergensi dalam penyusunan pesan di *Ask.fm*.

Penelitian ini merupakan studi pesan dan komunikator yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana komunikator menunjukkan identitas material, mengetahui jenis pesan mengarah pada konvergensi dan divergensi, serta bagaimana komunikator menyusun pesan. Subjek penelitian adalah lima pengguna *Ask.fm* aktif dengan *posting* mereka di bulan September – November 2014.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif melalui dua tahapan yaitu melakukan teknik analisis isi kualitatif pada level teks dan wawancara. Kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*.

Kesimpulan menunjukkan komunikator yang *ekstrovert* melakukan produksi pesan dengan konvensional dan cenderung mengarah pada komunikasi konvergensi. Komunikator yang *introvert* melakukan produksi pesan secara retorik cenderung mengarah pada komunikasi divergensi. Tema pesan yang menjadi bahasan dengan peminat yang tinggi adalah cinta dan aktualisasi diri.

Kata kunci: studi kasus, deskriptif, logika desain pesan, determinasi teknologi komunikasi massa, konvergensi, divergensi, komunikator, media sosial, *Ask.fm*.

ABSTRACT

DENNA, D1212024, CONVERGENCE AND DIVERGENCE COMMUNICATION IN NEW MEDIA (Case Study of Convergence and Divergence Communication in Communicator of Social Media Ask.fm), Thesis, Faculty of Social and Politic Science, Communications, Universitas Sebelas Maret Surakarta, August 2015.

Human is homo socialist who need communication in their live. Internet is a new media who give people an easy way to communicate with anyone in any kind of media.

Ask.fm is social media who give people the freedom of set their profil with anonymous, that cause controversion with bullying phenomena in new media. That shows communication getting far from convergence and become divergence.

Convergence and divergence communication in Ask.fm related with Determinism Technology theory by Marshal McLuhan who said transformation of communication will build human existence, technology build people intellegence, behaviour, in community, dan leads people to move from another technology century. Message production shows convergence and divergence will be analyzed with Message Design Logic by Barbara J. O'Keefe.

This research purpose to know how source (communicator) shows their material identity, themes of message they looking for, and how to produce message. The subject in this research is some of active Ask.fm users and their posting in September – November 2014.

This is qualitative research with descriptive case study methodology with two techniques, there are level text with content analysis and in depth interview. And for sampling, researcher used purposive sampling.

In short, this research showed that extrovert communicator produced message with conventional and expressive which are nearly with convergence, and introvert communicator produced message with rethorical which is nearly with divergence. Theme of message in this research is love and self actualisation.

Keywords: case study, descriptive, message design logic, determinate technology theory, mass communication, convergence, divergence, communicator, social media, *Ask.fm*.