

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi telah membuka dunia baru bagi masyarakat di belahan dunia. Beberapa fenomena muncul seiring dengan berkembangnya teknologi baru. Sebuah bentuk perkembangan teknologi yang tanpa batas, mampu mengubah budaya dan sosiopsikologis masyarakat. Kehadiran internet menunjang keefektifan dan efisiensi masyarakat dalam berinteraksi. Peranan internet sebagai media komunikasi banyak bermanfaat bagi sebagian orang yang bermasalah dengan jarak dan waktu.

Teknologi yang mudah diakses ini salah satunya berkontribusi dalam penyebaran informasi. Banyak orang berkomunikasi menggunakan media ini. Sebagai media yang mudah diakses, internet menjadi sebuah bentuk media baru yang menjadi tempat bagi kebanyakan orang untuk mencari informasi. Menurut Fajar Junaedi bahkan saat ini internet telah menjadi sarana yang tidak dapat dilepaskan untuk mengekspresikan perasaan, pendapat, dan sikap tentang berbagai berita yang penting (Junaedi, 2010 : 119).

Internet muncul dan berkembang di Indonesia pada tahun 1990an. Internet yang berarti *interconnected net* mampu menghubungkan jutaan individu di berbagai negara. Belum banyak orang yang memperhatikan

kehadiran internet pada waktu itu. Berkembangnya era digital ini ada banyak hal yang kini dirasa seseorang tidak bisa tidak menyentuhnya atau meninggalkannya.

Teknologi dengan mudah mendekatkan manusia dengan ilmu pengetahuan. Internet atau media baru merupakan sebuah bentuk media yang berkembang setelah televisi dan radio. Media konvensional seperti televisi dan radio dianggap belum interaktif karena masyarakat dianggap pasif, meski ada beberapa program televisi dan radio telah mencoba untuk melibatkan masyarakat untuk berinteraksi dengan program tersebut. Dalam hal ini, internet mampu melakukan hal tersebut. Internet yang bersifat langsung mampu menjadi sebuah media yang interaktif. Khalayak dengan mudah, langsung, dan cepat mendapatkan, membagikan, dan mengomentari informasi yang mereka dapatkan secara langsung melalui media ini.

Berbeda dengan media konvensional, internet merupakan sebuah media yang terdiri dari beberapa situs web yang bisa diciptakan sendiri oleh seorang individu. Dalam media konvensional, hanya orang-orang yang mempunyai uang banyak lah yang mampu membuat atau memiliki sebuah media, baik cetak, maupun elektronik. Pada internet, semua orang bebas menciptakan situs web pribadinya dan mengelolanya secara individu.

Dalam perkembangannya, internet berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan dimulai ketika seseorang hanya bisa berkirim email atau surat elektronik serta membaca berita dari sebuah situs web tanpa bisa mengomentarnya, kini internet berkembang dengan beberapa penemuan.

Berkembangnya web 1.0 ke web 2.0 membuka lembaran baru di era digital. Perkembangan web 2.0 membuat sejarah sendiri di dunia internet, dimana dengan web 2.0 seorang pengguna tak hanya bisa *publish* tulisannya namun juga bisa mendapatkan *feedback* dari pembacanya secara langsung seperti *blogging*. Semua orang terhubung satu dengan yang lain dan dapat berkomunikasi secara instant seperti situs jejaring sosial yang marak setelah keberadaan web 2.0.

Situs jejaring sosial yang muncul dan berkembang menciptakan sebuah atmosfer baru dimana internet telah menjadi dunia baru bagi mayoritas orang di dunia. Tahun 2004 adalah awal dimana seorang mahasiswa Harvard University yaitu Mark Zuckerberg menciptakan sebuah situs jejaring sosial bernama *Facebook*. Terciptanya situs jejaring sosial ini akhirnya benar-benar sukses mengubah pranata sosial di masyarakat tanpa disadari. Situs yang akhirnya marak di tahun 2008 ini membuat beberapa fenomena yang terjadi di masyarakat.

Facebook bukanlah situs jejaring sosial pertama yang ada di dunia. *Friendster* adalah situs jejaring sosial yang lebih awal dikenal di masyarakat sebelum munculnya *facebook*. Berbeda dengan *friendster* yang hanya bisa berkomentar di dinding, *facebook* memberikan fitur yang lebih lengkap untuk para penggunanya. Dalam hal ini *facebook* telah menjadi suatu kebudayaan baru bagi masyarakat dan diterima meski sebagian orang menolak *facebook* sebagai media untuk berkomunikasi. Hal ini timbul karena adanya beberapa konflik sosial yang terjadi akibat adanya *facebook*.

Situs jejaring sosial atau media sosial merupakan sebuah situs yang beranggotakan jutaan individu masyarakat dari beberapa kalangan dan saling bersosialisasi dalam situs tersebut. Hal ini senada dengan salah satu ciri manusia dimana manusia terlahir sebagai makhluk sosial yang tidak lepas dari makhluk lainnya. Media sosial merupakan sebuah penemuan baru sebagai tempat untuk berinteraksi dan bersosialisasi dan memiliki dampak sosiologi dalam masyarakat.

Menurut Soerjono Soekanto, suatu proses sosial dan kebudayaan yang besar, tetapi yang terjadi dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama disebut dengan inovasi atau *innovation*. Proses tersebut meliputi suatu penemuan baru, jalannya unsur kebudayaan baru yang tersebar ke lain-lain bagian masyarakat, dan cara-cara unsur kebudayaan baru tadi diterima, dipelajari, dan akhirnya dipakai dalam masyarakat yang bersangkutan (Soekanto, 2206 : 276).

Facebook telah dianggap oleh kebanyakan orang sebagai rumah kedua, tak sedikit anggota keluarga mulai dari ayah, ibu dan anak-anaknya berkomunikasi melalui *facebook*. Jutaan orang memiliki akun *facebook* sebagai media untuk berkomunikasi. Banyak aktivitas yang dapat dilakukan ketika seseorang menggunakan akun *facebook*nya. Mayoritas aktivitas yang dilakukan adalah berkomunikasi dengan sesama pengguna *facebook*, baik yang sudah dikenal maupun yang belum dikenal. Fajar Junaedi mengatakan bahwa saat ini media sosial sudah menjadi bagian dari hidup masyarakat sehari-hari. Bukan lagi sesuatu yang dapat dipisahkan dari kehidupan nyata, dan dapat memberikan dampak yang dahsyat (Junaedi, 2010 : 119).

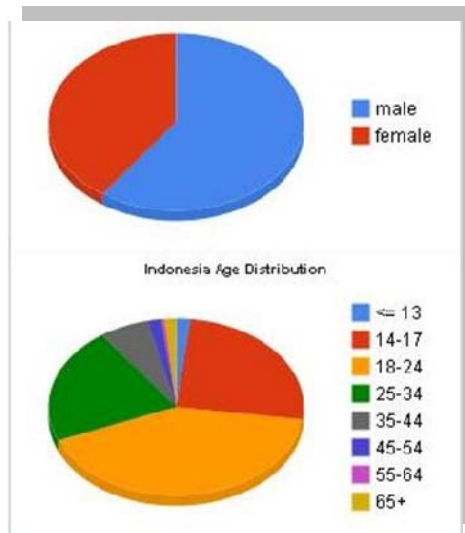
Gambar 1 : Data pengguna online *facebook* di indonesia

10 Largest Countries	
1. United States	152,897,200
2. Indonesia	39,193,980
3. India	31,207,580
4. United Kingdom	29,853,020
5. Turkey	29,697,480
6. Mexico	27,329,180
7. Philippines	25,535,120
8. France	22,698,940
9. Brazil	22,689,780
10. Germany	19,997,700

Sumber : www.checkfacebook.com diakses pada tanggal 25 juli 2011

Indonesia adalah salah satu negara dengan prosentase pengguna *facebook* terbanyak kedua di dunia. Gambar (1) di atas memaparkan sebuah sajian data pengguna *facebook* antar negara. Dengan melihat kedudukan Indonesia dalam data ini, maka peneliti menjadikan data ini sebagai alasan mengapa penelitian tentang *facebook* cukup menarik. Dari data pada gambar 1 diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia mempunyai akun *facebook*.

Gambar 2: Data pengguna *facebook* dengan jenis kelamin dan umur



Sumber : www.checkfacebook.com diakses pada tanggal 25 juli 2011

Dalam sebuah situs yang menunjukkan data statistik mengenai pengguna *facebook* yakni *checkfacebook.com*, terdapat data pengguna *facebook* berdasarkan umur dan jenis kelamin pengguna *facebook*. Dalam gambar (2) tersebut terlihat jelas bahwa pengguna *facebook* berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki, sedangkan wanita lebih sedikit dari pada laki-laki. Berdasarkan umur, pengguna *facebook* paling banyak adalah pengguna dengan kisaran umur 18-24 tahun. Pada usia ini lah seorang individu menginjak masa remaja. Masa remaja yang penuh dengan problematika, antara pencarian jati diri dan luapan ekspresi dan emosi menjadi bahasan menarik dalam *facebook*. Terlebih *facebook* merupakan sebuah sarana yang tidak kita sadari mampu menjadi sebuah wadah untuk mengekspresikan diri seseorang.

Keberadaan media sosial yang banyak disebut dengan media baru ini mempunyai pengaruh besar sebagai media untuk berkomunikasi antar sesama. *Facebook* yang bersifat langsung, personal, multi-interpretasi, mudah diakses dan interaktif mempunyai beberapa fungsi bagi beberapa kalangan. *Facebook* menciptakan dan membentuk seseorang dari bukan siapa-siapa (*no body*) menjadi siapa-siapa (*some body*) adalah suatu hal sepele namun akhirnya menjadi penting ketika seseorang tersadar dan *concern* terhadap aktivitas yang dilakukan dengan akun jejaring sosialnya.

Dalam *Facebook*, seseorang tidak bisa untuk tidak berkomunikasi. Menurut Harold Laswell dalam buku Michael Gamble dan Teri Kwai Gamble yang berjudul *Communication Work* dikatakan bahwa komunikasi adalah “*who says what to whom in what channel and in which what effect*” (Gamble, 2005 : 7). Elemen dari komunikasi seperti yang diungkap oleh Gamble adalah *people, messages, channels, noise, context, dan feedback*. Dalam konteks *Facebook*, berbagai fitur yang menarik disuguhkan dalam jejaring sosial ini yakni, *status update* aktivitas yang sedang kita lakukan atau apa yang ada dalam pikiran seseorang bisa di tulis dalam kolom status dan di bagikan kepada seluruh teman yang termasuk dalam *Facebooknya*. Disinilah proses komunikasi dimulai, ketika suatu pesan disampaikan dan pesan tersebut mendapat respon maka hal ini disebut dengan proses komunikasi. Dalam hal ini *facebook* adalah sebagai medianya. Tak hanya ketika seseorang *update status*, fitur *chating* yang disuguhkan dalam jejaring sosial ini pun adalah sebuah bentuk komunikasi interpersonal antara pengguna *facebook*.

Dalam *facebook* seseorang dapat mengemas dirinya untuk membentuk citra baginya. Bahasa yang ditulis dalam status, info dalam dinding info, dan foto profil mempunyai kekuatan yang kuat untuk membentuk citra diri seseorang. Apa yang seseorang inginkan untuk mempersepsi orang lain tentang dirinya tergambar jelas melalui aktivitas dan profil dalam *facebooknya*. *Facebook* adalah media sosial yang kuat dan mudah diakses untuk mempromosikan seseorang. Tak sedikit nama-nama orang biasa hingga akhirnya terkenal bak selebriti yang mencuat dan naik daun karna *facebook*.

Pencitraan diri sebagai bentuk "*personal branding*" dimanfaatkan secara optimal oleh sebagian pengguna *social networking*. *Media cyber* yang merajai dunia informasi saat ini, seperti *facebook*, *twitter* dan *blog* digunakan sebagai media untuk pembentukan *personal branding* bagi masing-masing pengguna dan pemilik akun. Kemudahan dalam mengakses, dan jaringan yang luas menjadi alat komunikasi yang mudah diolah oleh pecinta *cyber*. Dalam ranah *facebook personal branding* seseorang dapat terlihat dari kemasan akun mereka yang dikemas dalam berbagai kreasi yang dapat mewakili pribadinya, mulai dari nama akun, bahasa yang digunakan dalam dinding status, segmentasi pertemanan sesuai dengan kelompok yang dibuat, info personal, foto profil bahkan permainan yang diikuti oleh akun tersebut. Tidak salah jika seseorang menyebutkan *facebook* adalah rumah kedua dalam dunia maya. Bahkan *facebook* menjadi prioritas utama dalam hidup ini bagi kebanyakan orang, selain makan.

Kekuatan jejaring sosial *facebook* ini membuat hampir seluruh manusia terhipnotis tanpa memandang usia, hingga mengakibatkan perubahan perilaku yang luar biasa. Komunikasi yang dulu terjalin melalui surat, telepon bersinergi menjadi kemasam yang lebih praktis, hemat, cepat dan efisien. Melalui media baru inilah setiap orang bisa menjadi siapa saja yang mereka mau. Sehingga, menjadikan banyak orang ingin diakui keberadaanya, ingin dilihat lebih banyak yang akhirnya melampaui batas kewajaran yang sering disebut banyak ilmuwan sebagai salah satu bentuk *narsisme*.

Gambar 3: Profil Fatoni Guruh Indarto (responden 1)



Sumber : www.facebook.com/profile/seolgongchan diakses pada tanggal 25 juli 2011

Identitas merupakan sebuah tanda sebagai pembeda antar individu. Manusia dilahirkan diberi nama untuk menjadi sebuah identitas diri dan

pembeda diantara individu lainnya. Dalam hal ini jutaan pengguna *facebook* mempunyai identitas masing-masing untuk membedakan antar pengguna akun. Tak jauh dari dunia nyata, nama dalam akun *facebook* merupakan contoh nyata sebuah identitas pemilik akun. Gambar (3) diatas merupakan salah satu pengguna *facebook* yang akan diteliti oleh penulis. Nama asli pemilik *facebook* tersebut adalah Fatoni Guruh Indarto, ia memakai nama Seol Gong Chan sebagai nama akun *facebook*nya. Seol Gong Chan merupakan sebuah nama Korea yang ia pakai untuk akun *facebook*nya karena ia menyukai segala macam hal tentang Korea, hal inilah yang menarik peneliti untuk meneliti konsep diri seorang Seol Gong Chan.

Identitas merupakan sebuah hal yang sangat krusial bagi seseorang. Identitas dianggap sebagai hal yang sangat penting karena identitas merupakan suatu pembeda dan menjadi ciri dari seorang individu. Dunia maya yang bersifat virtual sangat rentan dengan identitas yang tidak valid dan palsu. Banyak pengguna media sosial yang memalsukan identitasnya untuk kepentingan-kepentingan tertentu.

Di Indonesia kasus pemalsuan identitas terjadi di Bekasi Jawa Barat. Pada gambar (4) diberitakan bahwa korban tertipu dengan palsunya identitas karena korban mengaku mengenali orang tersebut melalui *facebook*. Kasus bermula ketika Umar melihat akun *facebook* Icha yang menampilkan foto-fotonya dengan identitas seorang wanita. Perkenalan mereka berlanjut hingga komunikasi melalui telepon dan akhirnya kopi darat. Setelah kopi darat ternyata Umar pun jatuh cinta pada Icha dan berujung pada pernikahan.

Gambar 4: Berita tentang kasus pemalsuan identitas dalam *facebook*

Sabtu, 02/04/2011 10:27 WIB

Kisah Cinta Umar dan Icha Bersemi di Facebook

Ken Yunita - detikNews

Share :

Like 2,239 people like this. Be the first of your friends.



Icha (dok Facebook)

Jakarta - Kisah cinta Umar dan Fransiska Anastasya Octaviany (Icha), yang ternyata seorang lelaki, berawal dari situs jejaring sosial Facebook. Umar tertarik setelah melihat tampilan foto Icha yang terlihat cantik dengan bandana biru.

"Rahmat yang jadi perempuan ini membuat akun Facebook, kemudian kenalan sama Umar," kata Kapolsek Jatiluhur AKP Darmawan Karcekal saat berbincang dengan detikcom, Sabtu (2/4/2011).

Setelah perkenalan di Facebook itu, Umar dan Icha lantas melanjutkan komunikasi melalui telepon. Keduanya kemudian kopi darat alias bertemu muka di Cibubur Junction. "Ya mungkin dari pertemuan itu Umar jatuh cinta," kata Darmawan.

Setelah pertemuan pertama itu, Icha sering berkunjung ke rumah Umar. Icha juga berkenalan dengan kedua orang tua Umar. "Mereka jadi sering bertemu dan makin dekat," kata Darmawan.

Tak lama setelah perkenalan itu, keduanya menikah



ALL ABOUT FUN
YARIS SHOW OFF 2011
REGISTER YOURSELF AT
WWW.TOYOTA.ASTRA.CO.ID OR
M.TOYOTA.ASTRA.CO.ID

Sumber: *detiknews.com* diakses pada tanggal 25 juli 2011

Inilah bukti nyata yang terjadi di Indonesia tentang identitas di media online. Media online yang bersifat tidak nyata membuat dunia maya semakin banyak ketidakpastian. Media online bagaikan dunia kedua setelah dunia nyata. Pada kenyataannya banyak orang didunia nyata takut mengungkapkan identitas mereka di dunia nyata dan lebih berani mengungkapkan dirinya di dunia maya.

Facebook sebagai media sosial yang dapat mempublikasikan seseorang ke seluruh dunia mampu membentuk konsep diri seseorang. Seorang yang introvert dalam dunia nyata, belum tentu introvert dalam dunia maya. Tak sedikit orang yang lebih nyaman mengungkapkan siapa dirinya melalui *facebooknya* dari pada berbicara di depan umum dan mengungkapkan siapa dirinya secara langsung. Hal ini juga bisa kita lihat pada pola komunikasi personalnya yang ada diberbagai teori komunikasi, khususnya komunikasi interpersonal. Bahwa dalam setiap individu memiliki: konsep diri (*self-concept*), kesadaran diri (*self-awareness*), kepercayaan diri (*self-esteem*) dan keterbukaan diri (*self-disclosure*) yang akhirnya mengkontruksi sebuah pemikiran untuk memilih, menunjukkan dan mengekspresikan potensi didalam dirinya. Konsep diri dalam *facebook* terbentuk dari dua arah, yakni ketika seorang pengguna akun berkomunikasi dengan pengguna akun lainnya dan ketika ia mengupdate statusnya. Tak beda dari dunia maya, konsep diri dibentuk oleh lingkungan *facebooknya* atau teman-teman dalam akun *facebooknya*. Pada era ini manusia mulai menunjukkan eksistensinya, perilaku ini tidak akan terjadi jika *new media* tidak diciptakan.

Dalam data dari situs *checkFacebook.com* dipaparkan bahwa pengguna *facebook* terbanyak adalah pada umur 19-24 tahun, dimana pada umur ini seseorang menduduki bangku perkuliahan atau seorang mahasiswa. Kisaran umur yang akan diteliti oleh penulis adalah umur 20-23 yang berprofesi sebagai seorang mahasiswa. dalam hal ini penulis meneliti tiga mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sebagaimana diketahui bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi mendapat banyak pengetahuan tentang media, mulai dari media generasi pertama yaitu informasi yang berbentuk simbol hingga media generasi keempat yaitu media digital seperti media online. Dalam hal ini penulis mengambil mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta karena UMS pada Februari 2011 mendapat peringkat ke 32 besar Perguruan Tinggi terbaik di ASEAN versi Webometric (gambar 5).

Gambar 5: Berita tentang peringkat ke 32 UMS versi Wobmetric



Sumber: *solopos.com* diakses pada tanggal 20 september 2011

Seperti yang diberitakan oleh solopos.com pada gambar diatas bahwa UMS menduduki peringkat ke 32 Perguruan Tinggi terbaik di ASEAN versi Webometric. Pemingkatan Webometric melihat empat kriteria, dua diantaranya adalah tautan eksternal unik yang diterima dari situs lain dan banyak halaman yang ditemukan mesin pencari online. Inilah alasan penulis mengapa penulis memilih UMS sebagai objek penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode etnografi komunikasi yang mengacu pada suatu pendekatan kepada responden untuk menemukan hal baru yang belum ada atau hal lama yang telah ada tapi belum diketahui. Dalam hal ini penulis menentukan obyek penelitian etnografi pada kompetensi komunikasi. Kompetensi komunikasi pengguna *facebook* yang akan diteliti menjangkau: pengetahuan dan harapan tentang siapa yang bisa atau tidak bisa berbicara dalam *setting* tertentu, kapan mengatakannya, bilamana harus diam, siapa yang bisa diajak bicara, bagaimana berbicara kepada orang-orang tertentu yang peran dan status sosialnya berbeda, apa perilaku non verbal yang pantas, dan lain sebagainya.

Penelitian terdahulu oleh I Gusti Agung Paramitha Eka Putri dari Universitas Pendidikan Ganesha Bali dalam ajang *Call for Paper Communication Student Summit* tentang identitas dalam *facebook* dikemukakan bahwa kaum lesbi dan homo yang dulunya tertutup untuk mengungkapkan identitas mereka, kini dengan jejaring sosial mereka lebih terbuka dan bebas mengeskpresikan identitas mereka dengan bahasa non verbal yang mereka miliki melalui *facebook*. Dalam penelitian tersebut dikemukakan bahwa, manusia bisa saling berkomunikasi, berbagi informasi, menukarkan ide, menemukan orang yang bisa dijadikan teman baik, membangun sebuah komunitas, menemukan pasangan, dan saling mengungkapkan identitas mereka melalui media sosial.

Selain itu adapula sebuah kajian dari Dyah Ayu Retno W dan Sarah R Tambunan tentang duniaku, dunia *facebook* (kajian terhadap remaja

facebook) dalam kajian ini dijelaskan bagaimana konsep diri seorang remaja dalam menggunakan akun *facebook*nya. Kebutuhan untuk memenuhi eksistensi diri remaja hingga akhirnya menjadi kebiasaan komunikasi yang fenomenal dalam kehidupan remaja menjadi sebuah temuan baru dalam kajian yang dipaparkan oleh Dyah Ayu Retno W dan Sarah R Tambunan dalam sebuah buku berjudul Komunikasi 2.0. Namun dalam kajian tersebut belum terpapar secara jelas fitur *facebook* apa saja yang dapat digunakan untuk membentuk konsep diri seseorang.

Dari kedua penelitian diatas penulis akan meneliti konsep diri remaja dalam menggunakan *facebook* beserta fitur-fitur *facebook* yang dapat digunakan untuk pembentukan konsep diri seorang remaja. Dalam hal ini penulis menentukan responden dari kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Mahasiswa yang akan diteliti diantaranya yaitu Fatoni Guruh Indarto yang manamai akunnya tidak dengan nama sebenarnya. Kedua, Bintang yang mempunyai dua akun dengan akun pertama yang sudah tidak dapat menampung teman dalam *facebook*nya. Terakhir adalah Asep Dwi Nugroho yang juga mempunyai dua akun namun digunakan untuk dua fungsi yang berbeda.

B. Perumusan Masalah

Berdasar latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut “bagaimana fitur dalam *facebook* membentuk konsep diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui fitur dalam *facebook* membentuk konsep diri mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang berhubungan dengan masalah jejaring sosial dan media baru yang kini digunakan masyarakat
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik dalam bidang komunikasi dengan menggunakan media sosial baru.
- 3) Mendeskripsikan implementasi konsep diri pada pengguna *Facebook*

2. Praktis

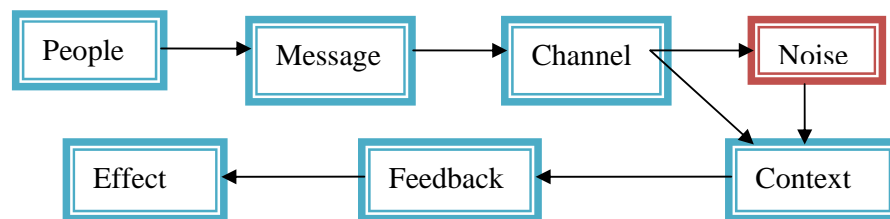
- 1) Memberi wawasan kepada para pengguna *Facebook* berkaitan dengan konsep diri yang dibentuk ketika menggunakan *Facebook*.

E. Kerangka Teori

1. Kajian Komunikasi

a) Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah kata yang tidak asing dan tidak bisa lepas dari kehidupan manusia sehari-hari. Dalam hal ini terdapat banyak definisi tentang komunikasi dari beberapa ahli komunikasi. Salah satunya adalah Laswell dalam Gamble mengatakan bahwa *Communication is who says what to whom in what channel and in which what effect* (Gamble, 2005:7). Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Arti *communis* disini adalah sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal (Setiansah&Santoso, 2010:6). Berikut adalah bagan elemen dan proses komunikasi menurut Gamble.



Bagan 1 : Elemen dan proses komunikasi

Sumber: Gamble, 2005 : 10

Dalam berkomunikasi terdapat tujuh elemen. Menurut Gamble tujuh elemen tersebut sesuai pada bagan 1 diatas yakni,

people atau orang, *message* atau pesan, *channel* atau media, *noise* atau gangguan, *context* atau konteks, *feedback* atau timbal balik, dan *effect* atau efek (Gamble, 2005:10). Pada elemen *noise* atau gangguan dalam komunikasi merupakan sesuatu yang bisa terjadi apabila komunikan tidak dapat memahami isi pesan dari komunikator.

b) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal menurut Gamble adalah *communication with another ;the relationship level of communication*. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dua arah antara satu individu dengan individu lainnya (Gamble, 2005: 233).

Senada dengan Gamble, Devito memaparkan definisi komunikasi antar pribadi menjadi dua hal yaitu sebagai sebuah hubungan (*dyadic*) dan sebagai sebuah perkembangan hubungan. Devito mengungkapkan, komunikasi antar pribadi sebagai sebuah hubungan mempunyai definisi bahwa komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang telah membangun hubungan. Sedangkan komunikasi antar pribadi sebagai sebuah perkembangan hubungan mempunyai definisi bahwa sebuah rangkaian dari hubungan impersonal (tidak dekat) yang berakhir pada kedekatan satu sama lain.

Empat elemen dasar dalam komunikasi interpersonal menurut Hardjana diantaranya adalah pribadi-pribadi yang melakukan komunikasi yang berperan sekaligus sebagai pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*), pesan atau materi apa yang disampaikan (*message*), media yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan serta tujuan pesan disampaikan atau efek apa yang diharapkan setelah pesan diterima (*effect*) (Hardjana;2007;84).

Dalam *facebook* komunikasi antar pribadi terjadi dengan sangat intens. Fitur *chatting*, *wall post*, *comment status* adalah beberapa fitur yang menjadi sebuah sarana untuk berkomunikasi antar pribadi. Dalam hal ini, terdapat beberapa simbol komunikasi yang sering digunakan pengguna *facebook* untuk mendukung percakapan mereka dengan simbol-simbol penguat ekspresi. Seperti simbol :) yang bermakna senyum, simbol :(yang berarti sedih, simbol :D yang berarti tertawa dan beberapa simbol lainnya.

Facebook dengan berbagai macam fitur untuk berkomunikasi inilah yang kemudian akan membentuk sebuah konsep tentang seseorang. Persepsi yang muncul dan timbul dari pengguna *facebook* adalah ketika pengguna *facebook* melihat teman *facebooknya* mengupdate status atau melihat dinding infonya. Sedangkan konsep diri akan terbentuk ketika pengguna *facebook* menciptakan identitas dirinya melalui *facebooknya*.

2. Konsep Diri

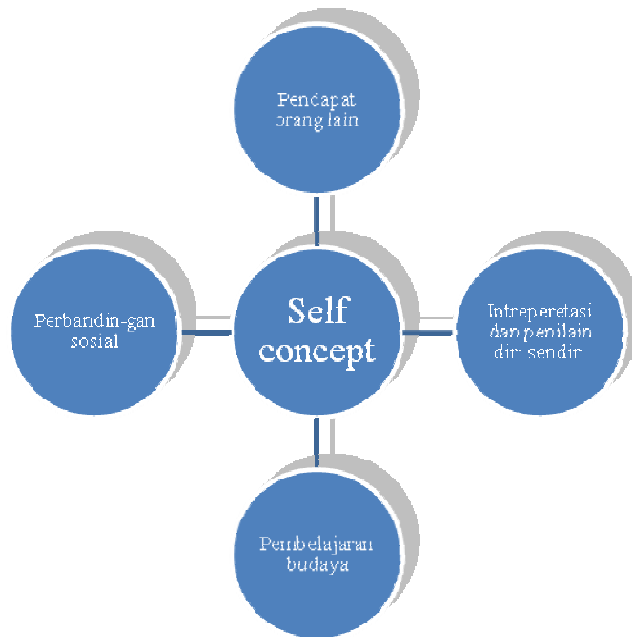
Diri dibentuk oleh empat elemen diantaranya yaitu Konsep Diri (*Self-Concept*), Kesadaran Diri (*Self-Awareness*), Kepercayaan Diri (*Self-Esteem*), Keterbukaan Diri (*Self-Disclosure*) (Devito, 2001 : 69). Devito mengatakan bahwa *self concept is an image of who you are* yakni konsep diri adalah gambaran dari siapa diri kita. Sedikit berbeda dengan Devito, Gamble mengatakan bahwa konsep diri adalah *everything one thinks and feels about your self* yaitu apapun yang orang pikirkan tentang dirinya. Konsep diri terdiri dari dua komponen yaitu *self image* dan *self esteem*. *Self image* adalah *the sort of person one perceive oneself to be* yaitu gambaran yang diterima seseorang terhadap orang lain. Komponen kedua yaitu *self esteem*, yaitu *how well one likes and values oneself*, yakni bagaimana seseorang menyukai dan menilai seseorang (Gamble, 2005 : 53).

Devito memaparkan ada empat sumber untuk mengembangkan konsep diri seseorang (Devito, 2001 : 70). Empat sumber itu yakni pertama, gambaran seseorang yang dimiliki orang lain. Kedua, perbedaan yang dibentuk antara seseorang dengan orang lain. Ketiga, pembelajaran budaya. Keempat, cara seseorang menginterpretasikan dan menilai pikiran dan perilaku seseorang. Dari keempat sumber tersebut dapat disimpulkan bahwa latar belakang budaya dan cara kita berinteraksi mempengaruhi konsep diri kita.

Konsep diri kita dibentuk oleh pengalaman kita. Konsep diri dibentuk dengan lingkungan sekitar dan orang-orang disekitar kita, termasuk orang tua, guru, pembimbing, teman, dan pembantu. Konsep diri disamping menjadi teori akan siapa, apa dan bagaimana seseorang adalah gambaran dari diri seseorang. Bagaimana kita melihat diri kita dipengaruhi oleh bagaimana kita melihat orang lain, bagaimana orang lain melihat kita, dan bagaimana kita mengimajinasikan orang lain pada kita (Gamble, 2005 : 56).

Senada dengan Gamble, Rom harre dalam Littlejohn mengatakan, seseorang adalah bentuk yang dapat dilihat yang terkarakterisasi oleh sifat-sifat tertentu dan karakteristik yang terbentuk dalam sebuah kelompok sosial atau budaya. Individu memiliki dua sisi yaitu makhluk sosial (orang) dan makhluk individu (diri sendiri). Diri sendiri dan pribadi bukanlah kategori yang berhubungan, tetapi mencuat dari interaksi sosial (Littlejohn, 2009 : 123).

Berbeda dengan Gamble, Devito dan Rom Harre, Griffin mengatakan bahwa: Konsep diri bukanlah sesuatu yang terbentuk semenjak lahir, namun terbentuk seiring dengan perkembangan dirinya. Terdapat beberapa sumber dalam membentuk konsep diri seseorang. Empat sumber konsep diri tersebut terlihat dalam gambar dibawah ini (Devito, 2001 : 69):



Bagan 2: Sumber konsep diri

Sumber : Devito,2001

Adapun penjelasan mengenai sumber konsep diri adalah sebagai berikut:

- 1) Pandangan orang lain, yakni bagaimana seseorang melihat dirinya dari apa yang dilihat orang lain.
- 2) Perbandingan sosial, yakni bagaimana seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain.
- 3) Pembelajaran budaya, yakni latar belakang diri seseorang yang mencakup orang tua dan asal budaya.

- 4) Interpretasi dan Penilaian diri sendiri, yakni apa yang orang lain nilai terhadap diri seseorang akan mempengaruhi perilaku orang tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa empat sumber konsep diri sangatlah berpengaruh terhadap pembentukan diri seseorang. Bagaimana seseorang berperilaku, berpenampilan dan *mepackage* dirinya adalah hasil dari penilaian orang lain, diri sendiri serta pengaruh dari latar belakang budayanya. Dalam dunia *cyber* atau ketika seseorang menggunakan akun *facebook*nya untuk membentuk konsep dirinya dapat dilihat dari profil *facebook*nya yaitu info dan status-status yang selalu di updatenya.

Selain empat elemen konsep diri yang telah dikemukakan sebelumnya, Harre mengatakan ada tiga elemen konsep diri diantaranya yaitu : kesadaran, perantara, dan riwayat hidup (Littlejohn, 2009 : 124). Pertama, kesadaran merupakan dimensi diri sendiri yang sangat berhubungan dengan keadaan saat ini karena ketika seseorang menyadari dirinya bergerak melalu ruang dan waktu, seseorang menggunakan persepsi, pengalaman, dan interaksinya untuk menjalani tempatnya di dunia. Selain kesadaran Harre menyebut bahwa riwayat hidup merupakan elemen dari konsep diri. Riwayat hidup terdiri dari ingatan, kenangan, keyakinan, dan pengalaman. Harre, mengatakan riwayat hidup atau sejarah seseorang merupakan sebuah susunan sosial, sama seperti

kesadaran saat ini mengenai diri sendiri. Terakhir adalah perantara, dimana dalam hal ini perantara berhubungan dengan apa yang akan dilakukan seseorang di masa depan. Pendek kata diantara semua elemen tadi Harre mengatakan bahwa ketiga elemen tersebut merupakan susunan-susunan yang diciptakan, dipertahankan, serta diubah dalam interaksi dengan diri sendiri dan orang lain (Littlejohn, 2009 : 124).

Sama halnya dengan Devito yang menggunakan teori Johari Window, Gamble mengatakan: untuk mengetahui bagaimana konsep diri seseorang berkembang salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kesadaran diri (Gamble, 2005 : 68). Joseph Luft dan Harrington Ingham mengembangkan ilustrasi konsep diri yang terdiri dari *the open self*, *blind self*, *hidden self* dan *unknown self*. Berikut adalah gambar dan penjelasannya.

	Diketahui diri sendiri	Tidak diketahui diri sendiri
Diketahui orang lain	THE OPEN SELF	BLIND SELF
Tidak diketahui orang lain	HIDDEN SELF	UNKNOWN SELF

Bagan 3: The Johari Window, Sumber : Gamble, 2005: 70

Joseph Luft dan Harrington menjelaskan bahwa *the open self* adalah bagian dari diri seseorang yang diketahui oleh dirinya sendiri dan diketahui oleh orang lain. *Blind self* adalah bagian dari diri seseorang yang diketahui orang lain tapi tidak diketahui diri sendiri. *Hidden self* adalah bagian dari diri seseorang yang tidak diketahui orang lain dan diketahui diri sendiri. Sedangkan *unknown self* adalah bagian dari diri seseorang yang tidak diketahui orang lain dan tidak diketahui diri sendiri.

Dalam *facebook* teori The Johari Window akan diketahui dengan memulai analisa dari *setting account* dan cara pengguna *facebook* berinteraksi dengan teman pengguna *facebook*nya. Dalam *facebook* seorang pengguna *facebook* bisa mensetting accountnya, seperti siapa saja orang yang bisa melihat fotonya, siapa saja yang bisa komentar di statusnya, siapa saja yang bisa mengirim pesan di dindingnya, dan sebagainya.

3. **Web 2.0 Menciptakan Dunia Baru**

Merujuk pada pemaparan Gutenberg dalam transisi media dan revolusi teknologi bahwa media berkembang seiring dengan perkembangan teknologi di dunia. Dimulai dengan penemuan media pertama yaitu ditandai dengan penemuan simbol-simbol di jaman Mesir kuno yang berarti sebuah informasi. Kedua, media cetak yang berupa tulisan berisi informasi yang kemudian disebut

dengan koran, majalah, buletin, tabloid dan sebagainya. Ketiga, ditemukannya media yang dapat didengar dan dilihat yaitu audio visual yang disebut dengan televisi dan radio dimana semua orang bisa mendapat informasi secara visual. Keempat adalah yang kebanyakan orang menyebutnya dengan media baru atau *new media* yang disebut dengan internet atau media online.

Penelitian terdahulu oleh Riki Rahcman Permana dari Universitas Airlangga Surabaya dalam *Call for Paper Communication Student Summit 2011* menyatakan bahwa *new media* disetarakan dengan dan dilihat sebagai bagian dari macam-macam perubahan yang ada (penyebab dan pengaruh/efek yang ditimbulkan) dan pengertian tentang “*new time*” dan “*new eras*” yang mengikuti perkembangan kebangkitan mereka (media). Didalam pengertian ini “*new time*” dan “*new eras*”, munculnya *new media* sebagai suatu hal yang membuka zaman/fenomena baru dan masih terlihat sebagai bagian dari perubahan secara teknologi, sosial, dan budaya dengan kata lain *new technoculture*. Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa pengertian yang ada dalam *new media* yaitu “*new time*” dan “*new eras*” membawa suatu perubahan yang dikatakan sebagai *newtechnoculture* sehingga dengan begitu *new media* mempunyai beberapa karakteristik yang merujuk ke istilah tersebut antara lain digital, interaktifitas, hipertektual, dan virtual.

Rogers dalam Fajar Junaedi dkk memaparkan tiga ciri utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous* (Junaedi dkk, 2011: 8). Pertama *interactivity*, yakni kemampuan teknologi komunikasi baru yang dapat digunakan untuk berkomunikasi antar individu layaknya komunikasi tatap muka. Kedua adalah *de-massification* yakni suatu pesan khusus dapat dipertukarkan secara individual diantara partisipan yang terlibat dalam jumlah yang besar (Junaedi Dkk, 2011: 9). Terakhir adalah *asynchronous* artinya bahwa teknologi komunikasi baru mampu mengirimkan pesan sesuai waktu yang dikehendaki oleh setiap individu.

Perkembangan dunia internet sebagai teknologi komunikasi yang baru memang dirasa sangat cepat. Munculnya internet di era 1990 telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai bentuk yang nyata. Internet mampu mengubah kultur masyarakat. Internet memudahkan masyarakat dalam berinteraksi dan memudahkan pekerjaan dengan cepat dan dalam waktu yang singkat.

McQuail dalam Junaedi dkk menyebutkan 6 perubahan penting yang muncul sehubungan dengan hadirnya media baru. Keenam hal tersebut diantaranya :

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.

3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan pesan.
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak.
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media “gateway” yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada web atau untuk mengakses web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan kaburnya “institusi media” (Junaedi dkk, 2011: 15)

Dalam sebuah penelitian terdahulu oleh I Gusti Agung Paramita Eka Putri dari Universitas Pendidikan Ganesha Bali dalam *Call for Paper Communication Student Summit* memaparkan bahwa:

Internet berasal dari kata *Interconnection Networking* yang mempunyai arti hubungan komputer dengan berbagai tipe yang membentuk sistem jaringan yang mencakup seluruh dunia (jaringan komputer global) melalui jalur telekomunikasi seperti telepon, radio link, satelit dan lainnya. Internet muncul pertama kali pada tahun 1969, yaitu penelitian pada Departemen Pertahanan Amerika atau yang dikenal sebagai *ARPANET*, yang dibangun oleh *ARPA (United States Department of Defense Advanced Research Projects Agency)*. Pada 1 Januari 1983, *ARPANET* menukar protokol rangkaian pusatnya dari *NCP* ke *TCP/IP*. Ini merupakan cikal bakal dari internet yang dikenal oleh masyarakat saat ini. Pada sekitar 1990-an, internet terus berkembang dan menyambungkan banyak pengguna pada jaringan-jaringan komputer yang ada.

Pada awalnya internet dikenal sebagai media online yang belum bisa seinteraktif sekarang. Seseorang hanya mampu mempublikasikan tulisannya dan belum dapat mendapatkan *feedback* dari pembacanya, inilah yang disebut dengan era web 1.0. namun kini masyarakat dengan mudah mendapatkan *feedback* secara langsung, hanya dalam waktu hitungan detik. Web 2.0

adalah bentuk perkembangan setelah web 1.0. Dengan web 2.0 seseorang dapat berinteraksi dan menshare link yang ia temukan kepada teman-temannya. Munculnya era web 2.0 membuka dunia baru dimana dengan berkembangnya aplikasi ini situs jejaring sosial muncul dan menjamur dengan jumlah yang sangat banyak. Di era web 1.0 komunikasi hanya sebatas *one to one*, kini di era web 2.0 komunikasi bersifat *one to many* dimana semua informasi dapat disebarluaskan ke semua orang melalui satu orang saja.

Banyaknya situs jejaring sosial yang muncul seiring dengan perkembangan web 2.0 seolah membuat masyarakat berpindah dari dunia nyata ke dunia maya. Perkembangan internet melahirkan sebuah dunia baru yang memungkinkan para warganya (*netter*) untuk berkomunikasi secara tulisan maupun lisan dan berbagi informasi satu sama lain. Dunia baru tersebut melahirkan sebuah jejaring yang dikenal dengan istilah jejaring sosial dimana para penggunanya bisa mencari teman, saling berinteraksi, bertukar pendapat, berbagi komentar, mengirim file dan lain sebagainya (Junaedi dkk, 2011 : 163) Dari sekian banyak situs jejaring sosial yang ada seperti *friendster*, *my space*, *twitter*, *four square* dan situs lokal seperti *koprol*, *kaya-kiye*, dan *kaskus*, *facebook* menjadi salah satu situs jejaring sosial yang digemari banyak masyarakat. Terbukti dari data sebuah situs *checkfacebook.com* bahwa masyarakat lebih banyak menggunakan *facebook* daripada situs

jejaring sosial yang lain. Bahkan di Indonesia situs *facebook* adalah situs favorit kedua setelah situs pencarian seperti Google.

Tidak seperti situs jejaring sosial twitter misalnya, pengguna *Facebook* tidak dibingungkan dengan beberapa istilah seperti RT (ReTweet) atau kode-kode lain yang ada di situs jejaring sosial lainnya. Dibanding dengan situs lain *facebook* lebih mudah digunakan penggunanya seperti *wall to wall*, *comment*, *what's on your mind* untuk update status dan tidak ada kode-kode yang dirasa sulit dan membingungkan penggunanya.

Dalam hal ini *facebook* sebagai sebuah media interaksi dan komunikasi yang efektif untuk mengungkapkan identitas diri dan konsep diri seseorang baik secara disadari maupun tidak disadari oleh pengguna *facebook* itu sendiri. Dianalisis dari dinding info yang memaparkan informasi seseorang yang lengkapnya melebihi informasi identitas resmi kartu tanda penduduk atau KTP. Dari dinding info melalui profil baik itu foto, recent activity ataupun status pengguna *facebook* dapat dianalisa bagaimana seseorang membentuk konsep dirinya ketika menggunakan *facebook*.

4. Remaja

Kata remaja berasal dari bahasa latin, yakni *adolescere* yang berarti “*to grow*” atau “*to grow maturity*” (Santrock, 2007:5).

Puberitas (puberty) ialah suatu periode dimana kematangan kerangka dan seksual terjadi secara pasti terutama pada awal masa remaja. Satu hal yang pasti tentang aspek-aspek psikologis dari perubahan fisik pada masa remaja adalah bahwa remaja disibukkan dengan tubuh mereka dan mengembangkan citra individual mengenai gambaran tubuh mereka. Santrock mengatakan bahwa masa puberitas pada anak remaja perempuan lebih cepat dari pada masa puberitas anak remaja laki-laki. Dampak masa puberitas dunia seorang anak remaja meliputi perubahan sosial dan kognitif serta perubahan fisik.

Piaget membagi perubahan perkembangan kognitif dalam tiga bagian yaitu abstrak, dimana remaja berpikir lebih abstrak dari pada anak-anak. Para pemikir operasional formal. Kedua idealistis dimana remaja sering berpikir tentang apa yang mungkin. Mereka berpikir ciri-ciri ideal diri mereka sendiri, orang lain dan dunia. Ketiga adalah logis, dimana remaja mulai berpikir seperti ilmuwan yang menyusun rencana-rencana untuk memecahkan masalah-masalah dan menguji secara sistematis pemecahan-pemecahan masalah. Seperti pada masa kanak-kanak, faktor-faktor genetik, biologis, lingkungan, dan pengalaman berinteraksi pada perkembangan remaja, yang mana juga dicirikan oleh kontinuitas dan diskontinuitas (Santrock, 7:2011).

Rousseau dalam Sarlito W Sarwono, menyatakan bahwa perkembangan individu (*ontogeny*) merupakan ringkasan (*recapitulates*) perkembangan makhluk (*phylogeny*). Empat tahapan perkembangan yang dimaksud Rousseau adalah:

1. Umur 0-4 atau 5 tahun yang disebut masa kanak-kanak (*infancy*),
2. Umur 5-12 tahun yang disebut masa bandel (*savage stage*),
3. Umur 12-15 tahun yang disebut bangkitnya akal (*ratio*), nalar (*reason*), dan kesadaran diri (*self consciousness*) dan
4. Umur 15-20 tahun yang dinamakan masa kesempurnaan remaja (*adolescence proper*) dan merupakan perkembangan emosi. Dalam tahap terakhir ini terjadi perubahan dari kecenderungan mementingkan diri sendiri kepada kecenderungan memperhatikan kepentingan orang lain dan kecenderungan memperhatikan harga diri, gejala lain yang juga timbul dalam tahap ini adalah bangkitnya dorongan seks (Sarwono, 2008 : 22-23).

Pada konsep perkembangan remaja Petro Blos mengemukakan bahwa perkembangan pada hakikatnya adalah usaha penyesuaian diri, yaitu untuk secara aktif mengatasi stress dan mencari jalan keluar baru dari berbagai masalah. Dalam proses penyesuaian diri menuju kedewasaan ada tiga tahap perkembangan remaja.

1. Remaja awal (*early adolscence*)

Seorang remaja pada tahap ini masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-

perubahan itu. Mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis. Dengan dipegang bahunya saja oleh lawan jenis, ia sudah berfantasi erotik. Kepekaan yang berlebih-lebihan ini ditambah dengan berkurangnya kendali terhadap “ego”. Hal ini menyebabkan para remaja awal sulit mengerti dan dimengerti orang dewasa.

2. Remaja madya (*middle adolescence*)

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan “*narcistic*”, yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Selain itu, ia berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana: peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis, dan sebagainya. remaja pria harus membebaskan diri dari *Oedipoes Complex* (perasaan cinta pada ibu sendiri pada masa kanak-kanak) dengan mempererat hubungan dengan kawan-kawan dari lawan jenis.

3. Remaja akhir (*late adolescence*)

Tahap ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal dibawah ini.

- a. Minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
- b. Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan dalam pengalaman-pengalaman baru.
- c. Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d. Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
- e. Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum (*the public*) (Sarwono, 2008: 25)

Dalam penelitian ini penulis meneliti remaja pada tahap ketiga yaitu remaja akhir (*late adolescence*). Pada masa ini

perkembangan remaja menuju tahap dewasa dan berada pada tahap remaja akhir. Hurlock dalam Junaedi memaparkan bahwa istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik (Junaedi, 2011: 168).

F. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif studi etnografi komunikasi. Karena dengan metode ini penulis dapat mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan serta membangun hubungan dari beberapa temuan data dari penulis. Etnografi komunikasi merupakan salah satu cabang antropologi dan pengembangan dari etnografi berbahasa yang mula-mula dikaji oleh Dell Hymes pada tahun 1962 (Kuswarno, 2008 : 160). Secara spesifik, etnografi komunikasi akan menghasilkan hipotesis mengenai berbagai cara, bagaimana fenomena sosiokultural dalam masyarakat itu berhubungan dengan pola-pola komunikasi atau cara-cara berbicara.

Etnografi komunikasi adalah metode aplikasi etnografi sederhana dalam pola komunikasi sebuah kelompok. Etnografi komunikasi melihat pada (1) pola komunikasi yang digunakan oleh sebuah kelompok, (2) menngartikan semua kegiatan komunikasi ini ada untuk kelompok, (3) kapan dan dimana anggota kelompok menggunakan semua kegiatan ini, (4) bagaimana praktik komunikasi

menciptakan sebuah komunitas, (5) keragaman kode yang digunakan oleh kelompok (Littlejohn, 2009 : 461).

Donal Carbaugh dalam Littlejohn menyatakan bahwa etnografi paling tidak mengangkat tiga jenis masalah yakni, pertama, identitas bersama (*shared identity*) kedua, untuk mengungkap makna bersama dari performa publik (*shared meanings of public performances*) ketiga adalah untuk menggali kontradiksi atau paradoks dari kelompok (Littlejohn, 2009:463). Adapun fokus kajian dari etnografi komunikasi adalah perilaku-perilaku komunikatif suatu masyarakat, yang pada kenyataannya banyak dipengaruhi oleh aspek-aspek sosiokultural, seperti kaidah-kaidah interaksi dan kebudayaan (Kuswarno, 2008 : 36). Teori etnografis dengan jelas memprioritaskan kondisi budaya dan kecenderungan individu. Dalam tradisi ini komunikasi bukanlah alat sederhana untuk menyebarkan informasi dan berpengaruh dari satu orang kepada yang lainnya, namun cara budaya itu diproduksi dan direproduksi. Seperti halnya sebuah tradisi, semua teori ini memusatkan pola budaya, menunjukkan bagaimana budaya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pola komunikasi kita (Littlejohn, 2009:466).

2. Obyek Penelitian

Kajian etnografi adalah gabungan dari bahasa, komunikasi, dan kebudayaan. Etnografi komunikasi mempunyai beberapa

obyek yang menjadi dasar pijakan dalam melakukan penelitian etnografi komunikasi. Pertama, masyarakat tutur (*Speech Community*) yang mana dalam obyek ini penelitian mengacu pada kebudayaan, sosiologi, dan kelompok sosial. Kedua, aktivitas komunikasi yaitu mengidentifikasi peristiwa komunikasi atau proses komunikasi. Ketiga adalah komponen komunikasi dimana melalui komponen komunikasilah sebuah peristiwa komunikasi dapat diidentifikasi. Keempat adalah kompetensi komunikasi yang mana melibatkan segala sesuatu yang berhubungan dengan penggunaan bahasa dan dimensi komunikatif dalam setting sosial tertentu. Terakhir adalah varietas bahasa (Kuswarno, 2008 : 38).

Dalam hal ini penulis menentukan obyek penelitian pada kompetensi komunikasi. Kompetensi komunikasi pengguna *facebook* yang akan diteliti menjangkau: pengetahuan dan harapan tentang siapa yang bisa atau tidak bisa berbicara dalam setting tertentu, kapan mengatakannya, bilamana harus diam, siapa yang bisa diajak bicara, bagaimana berbicara kepada orang-orang tertentu yang peran dan status sosialnya berbeda, apa perilaku non verbal yang pantas, dan lain sebagainya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, selain mengamati penulis juga ikut merasakan bagaimana individu-individu para pengguna *Facebook* berpikir dan berinteraksi dalam mengungkapkan identitas dan pembentukan konsep diri mereka. Sehingga teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

1) Partisipan Observer / Pengamatan Berperan Serta.

Observasi partisipan adalah metode tradisional yang digunakan dalam antropologi dan merupakan sarana untuk penulis masuk ke dalam masyarakat yang akan ditelitinya. Penulis akan berusaha untuk menemukan peran untuk dimainkan sebagai anggota masyarakat tersebut, dan mencoba untuk memperoleh perasaan dekat dengan nilai-nilai kelompok dan pola-pola masyarakat (Kuswarno, 2008 : 49). Dalam hal ini penulis mengikuti objek penelitian ketika ia menggunakan akun *facebooknya*.

2) Wawancara Mendalam.

Wawancara etnografi komunikasi yang paling umum dan baik, adalah wawancara yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang tidak memiliki alternatif respon yang ditentukan sebelumnya. Atau yang lebih dikenal sebagai wawancara tidak

berstruktur atau juga wawancara mendalam (Kuswarno, 2008 : 54).

4. Teknik Pelaksanaan Penelitian

Langkah-langkah penulis dalam melakukan studi etnografi komunikasi terhadap identitas dan konsep diri pengguna *Facebook*, berikut adalah teknis di lapangan:

1. Obsevasi pendahuluan, pada penelitian ini sebelum penulis memulai penelitian penulis mengamati terlebih dahulu media sosial apa yang cocok dan kompeten untuk diteliti. Peneliti mengamati beberapa fenomena tentang *facebook*, efek dan penggunaannya hingga akhirnya penulis menentukan untuk meneliti media sosial *facebook*.
2. Penentuan informan penelitian, setelah peneliti menentukan *facebook* sebagai media sosial yang akan diteliti penulis menentukan informan yang layak untuk diteliti dengan berbagai kriteria reperesentatif untuk mewakili beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS sebagai objek penelitian penulis.
3. Observasi partisipan, etnografer atau penulis mengikuti beberapa aktivitas informan ketika informan sedang melakukan aktivitas dengan

facebooknya, terlebih penulis mengamati informan ketika informan menggunakan beberapa fitur *facebook* yang dapat digunakan untuk membentuk konsep diri.

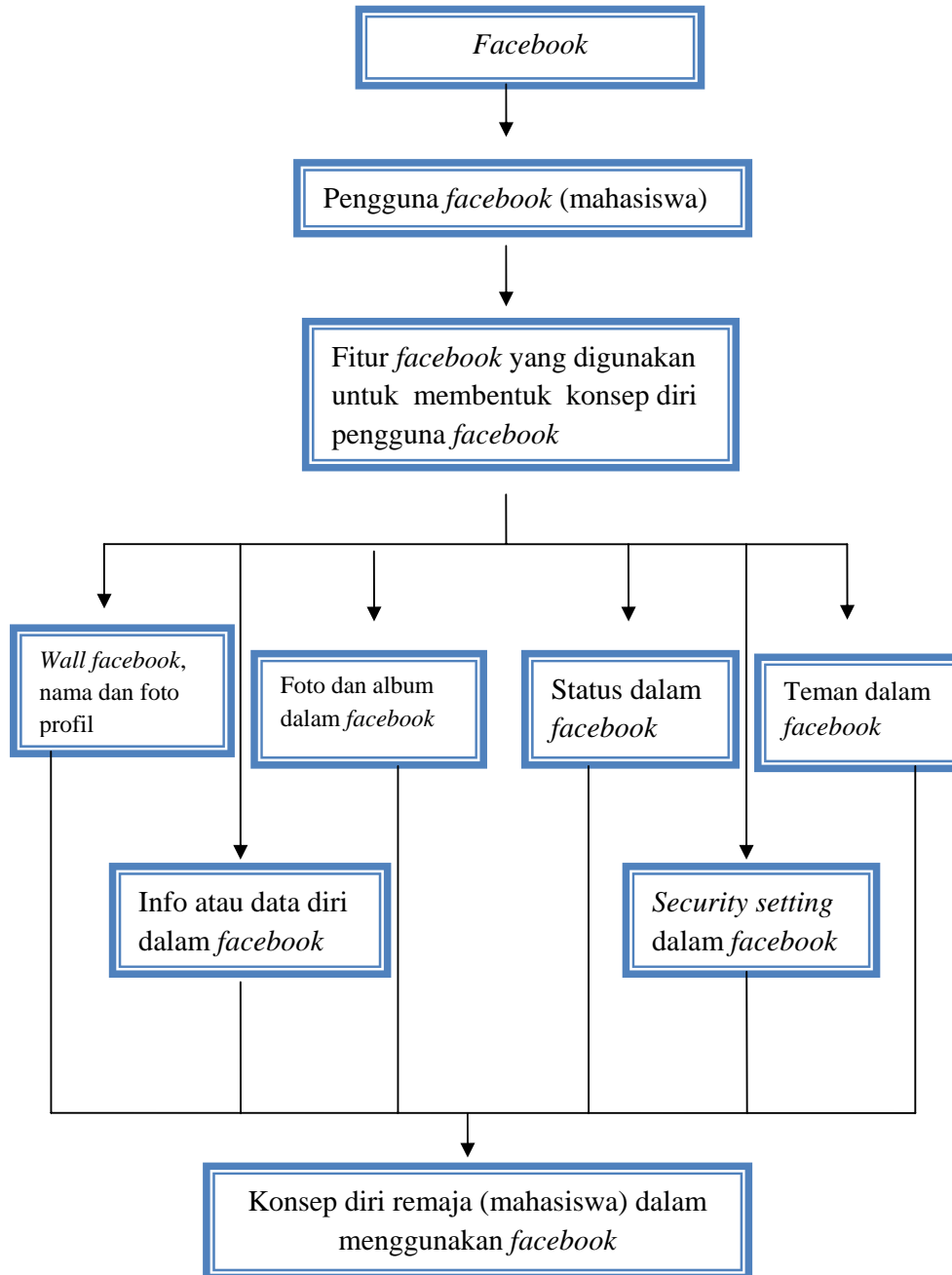
4. Wawancara mendalam, etnografer atau penulis melakukan wawancara dengan informan secara mendalam tentang penggunaan *facebooknya* terkait konsep dirinya dalam *facebook*. Tujuan wawancara ini untuk mengetahui bagaimana pengguna *facebook* membentuk konsep dirinya dalam *facebooknya*.
5. Mengumpulkan sumber data yang lain, seperti data profil *facebook*, foto *facebook*, status *facebook* dan beberapa fitur *facebook* yang digunakan untuk membentuk konsep diri.
6. Mengolah dan menganalisis data, pada analisis ini penulis mengamati dan mewawancarai informan kemudian menyimpulkan beberapa hal yang ditemukan dalam penelitian yang belum diketahui sebelumnya. Dengan beberapa data yang penulis temukan baik dalam *facebook* maupun jawaban dari wawancara penulis analisis sesuai dengan yang penulis dapatkan ketika penelitian berlangsung.

7. Menguji keabsahan data, pada penelitian etnografi penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan temuan-temuan dan menganalisis beberapa hal yang ditemukan ketika di lapangan. Dalam hal menguji keabsahan data, karena etnografi termasuk kualitatif maka penulis juga mencantumkan data statistik yang penulis dapatkan dari responden.

5. Tempat Penelitian

Berbicara mengenai *facebook* tidak akan ada habisnya, karena *facebook* merupakan media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Berkaitan dengan penelitian etnografi komunikasi yang akan dilakukan, penulis tertarik untuk meneliti tiga responden, yaitu tiga mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS.

6. Tahapan Analisis Data



Bagan 4 : Alur tahapan analisis data
Sumber : penulis