

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era teknologi informasi yang semakin modern, tren komunikasi yang tengah masyarakat jalani yaitu menggunakan perantara internet. Sebagian besar orang biasanya saling berkomunikasi melalui jejaring sosial yang saat ini sedang populer seperti Facebook. Tren komunikasi ini ternyata menimbulkan suatu fenomena, bahwa ternyata situs jejaring sosial Facebook banyak melahirkan komunitas virtual. Komunitas virtual merupakan komunitas *online* yang tergabung dalam satu wadah dan biasanya memiliki minat yang sama. (McQuaill, 2011: 163)

“Grup” merupakan aplikasi dari Facebook yang digunakan untuk menampung orang-orang yang mempunyai minat yang sama untuk bisa saling berbagi informasi, berkomunikasi dan berinteraksi. Terdapat banyak grup dalam Facebook salah satu contohnya adalah grup kelompok dukungan psikologis untuk penderita kanker. Dalam grup ini biasanya sebagian besar anggotanya adalah penderita kanker. Hal ini tentu menjadi fenomena yang sangat menarik karena ternyata banyak penderita kanker yang aktif menggunakan Facebook dan mereka membuat suatu komunitas virtual.

Kanker adalah salah satu penyakit yang tidak bisa dianggap remeh. Kanker termasuk salah satu penyebab utama kematian di seluruh dunia, dan fakta menunjukkan bahwa jumlah kasus terus meningkat dari tahun-ketahun. Di regional Asia Tenggara, kanker membunuh lebih dari 1,1 juta orang setiap tahun.

Sementara WHO memperkirakan pada tahun 2030, kanker akan menjadi penyebab kematian tertinggi di Indonesia. Menteri Kesehatan RI, dr. Nafsiah Mboi, Sp.A, MPH, menyatakan bahwa berdasarkan Sistem Informasi Rumah Sakit (SIRS) pada tahun 2010, di Indonesia kanker menjadi penyebab kematian nomor 3 dengan kejadian 7,7% dari seluruh penyebab kematian karena penyakit tidak menular, setelah stroke dan penyakit jantung. (<http://www.depkes.go.id/index.php/berita/press-release/2233-seminar-sehari-dalam-rangka-memperingati-hari-kanker-sedunia-2013.html>, diakses pada tanggal 21 Mei 2013 pukul 08.00 WIB).

Kanker dianggap sebagai momok yang menakutkan dalam hidup, kedatangannya dapat mengubah segalanya dan merenggut kebahagiaan yang kita miliki. Ada beragam reaksi yang bisa jadi dirasakan seseorang setelah didiagnosis menderita kanker. Mereka merasa terpukul, tidak percaya, takut, cemas, sedih, depresi, dan marah. Semua orang yang divonis menderita kanker tentu akan mengalami goncangan psikologis. Mereka akan dihantui oleh perasaan sedih serta ketakutan-ketakutan.

Dalam kehidupan ini penderita kanker cenderung tersudutkan menjadi golongan marginal. Menurut KBBI (Tim, 2005: 715 & 716) marginal berasal dari kata margin, yang berarti tepi sedangkan kata marginal sendiri berarti berhubungan dengan batas (tepi/pinggir). Melihat pengertian dari tata bahasa di atas, kata marginal cenderung memiliki arti kecil. Jadi yang dimaksud dengan kaum marginal adalah kelompok kecil yang terpinggirkan karena pada dasarnya mereka berbeda dengan yang lainnya. Mereka terpinggirkan oleh keadaan, kondisi

tubuh yang sedemikian rupa yang membuat mereka cenderung tersudutkan menjadi golongan marginal.

Dalam kasus ini nampaknya internet menjadi saluran penting bagi penderita kanker untuk menjaga dan menjalin hubungan dengan orang lain. Para penderita kanker banyak yang memanfaatkan Facebook untuk berkomunikasi dan berinteraksi, karena dengan keterbatasan fisik mereka jadi sulit untuk berinteraksi dengan orang lain. Meski demikian, sebagai makhluk sosial mereka juga tetap butuh berhubungan dengan orang lain sama seperti orang-orang lainnya. Interaksi dan komunikasi merupakan sebuah kebutuhan pokok dalam hidup manusia.

Untuk memenuhi kebutuhannya sebagai makhluk sosial, maka fasilitas Facebook ini banyak dimanfaatkan oleh para penyandang kanker. Mereka membentuk suatu komunitas yang tujuannya untuk bisa saling berinteraksi, berbagi, dan berkomunikasi. Melalui komunikasi maya dengan anggota komunitas para penderita berharap bisa mendapatkan dukungan dan saling menolong.

Komunikasi berperan untuk mengurangi rasa stres sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup mereka. Paparan stres berkepanjangan dapat merusak respon sistem kekebalan tubuh, meningkatkan risiko hipertensi, penyakit jantung, dan stroke, dan mengarah pada peningkatan depresi, ketegangan, dan kegelisahan. Para peneliti telah mengidentifikasi nampaknya dukungan sosial mempengaruhi hasil kesehatan (Parker dan Thorson, 2009: 246). Dukungan sosial mengacu pada kenyamanan yang kita terima dari teman-teman, keluarga, dan orang-orang lain pada saat dalam kondisi stres (King, 2010: 405).

Para penyandang kanker tentunya sangat membutuhkan dukungan dari teman, keluarga dan orang-orang lain. Siapa pun orangnya pasti tidak akan nyaman jika divonis menderita kanker, karena kita tahu bahwa kanker merupakan penyakit yang mengerikan. Hidup dengan penyakit yang mengerikan ini tentu dapat menimbulkan stres. Suatu penelitian menyebutkan penyandang kanker yang hidup terisolasi tanpa dukungan orang lain akan lebih cepat meninggal. Penelitian terbaru pada 240 wanita menunjukkan 34 persen wanita penyandang kanker payudara yang hidup terisolasi lebih cepat meninggal dunia, dibanding rekan mereka yang hidup dengan dukungan dari keluarga dan teman-teman. (<http://forum.detik.com/inilah-media-sosial-khusus-penderita-kanker-t619455.html>, diakses pada tanggal 10 Juni 2013, pukul 11.00 WIB)

Untuk itu para penderita biasa menggunakan media komunikasi seperti Facebook untuk mencari dukungan. Salah satu keuntungan utamanya adalah akses ke komunitas mudah sehari 24 jam dari lokasi yang berbeda. Sehingga penderita bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain setiap waktu tanpa terkendala oleh kemampuan fisik, jarak, dan waktu. Seorang penderita kanker sangat membutuhkan dukungan dari orang-orang yang mengerti. Sebagaimana telah dijelaskan di atas bahwa interaksi positif dengan dukungan dalam kehidupan sehari-hari dapat meningkatkan suasana hati, mengurangi stres, dan membuat orang lebih tahan terhadap situasi stres.

Melihat fenomena yang tengah terjadi di masyarakat dewasa ini, membuat penulis tertarik untuk meneliti komunikasi antarpribadi dalam jejaring sosial yang bertujuan untuk membantu orang lain. Peneliti akan meneliti tanggapan-tanggapan

dari status keluhan dalam grup Facebook Peduli Leukimia. Dipilihnya grup Facebook Peduli Leukimia karena memiliki jumlah anggota lebih banyak dan para anggotanya lebih aktif menggunakan grup Facebook untuk berkomunikasi dan berinteraksi dibanding dengan grup-grup lainnya, seperti Komunitas Peduli Kanker, RUMAH KOKAIN (Komunitas Kanker Indonesia), KOSA (Kanker Otak Stadium Akhir) atau SUPPORT TO ALL.

Penelitian yang akan dilakukan ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang juga meneliti komunikasi dalam jejaring sosial dengan menggunakan metode analisis isi sebagai pendekatan penelitian. Contoh dari penelitian tersebut adalah penelitian dari Fannani Norrohmah yang berjudul “PENGUNAAN TWITTER OLEH PERUSAHAAN MEDIA (Analisis Isi Terhadap Akun Twitter Radio Berita Suara Surabaya Tahun 2012).” Tema dari penelitian tersebut adalah komunikasi massa, tujuan dari penelitiannya yaitu untuk mengetahui bagaimana penggunaan twitter oleh radio Suara Surabaya dilihat dari isi *tweet post* dalam melakukan penyebaran berita. Hasil dari penelitian tersebut bahwa radio Suara Surabaya menggunakan twitter sebagai alat penyebaran berita terutama yang bersumber dari situs / media *online* milik radio Suara Surabaya. Hasil temuan menunjukkan, dominasi *tweet post* berisi *headline* atau judul disertai tautan ke situs/ media *online* milik radio Suara Surabaya. Selain itu twitter juga digunakan untuk menyebarkan berita yang berasal dari masyarakat melalui *citizen journalis*.

Contoh lainnya adalah penelitian dari Aviana Cahyaningsih yang berjudul “TWITTER DAN *MARKETING PUBLIC RELATIONS* (Analisis Isi *Tweet Post*

dalam Akun Twitter Solo Paragon Hotel and Residences dan The Sunan Hotel Periode 4 Mei – 4 Agustus 2012)”. Tema dari penelitian tersebut adalah *marketing public relations*, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara kecenderungan isi pesan yang terdapat dalam akun Twitter Solo Paragon Hotel and Residences dan The Sunan Hotel. Hasil dari penelitian tersebut bahwa terdapat perbedaan kecenderungan isi pesan dalam akun Twitter Solo Paragon Hotel and Residences dan The Sunan Hotel, dengan nilai *chi square* masing-masing katagori 63,13 ; 36,86 ; 10,09.

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini bertemakan komunikasi antarpribadi yang berfokus pada tanggapan para anggota grup Peduli Leukimia dalam menanggapi *posting-an* status keluhan di grup. Pengamatan komunikasi akan dilakukan dengan bentuk analisis isi kuantitatif, dimana dari tanggapan di grup akan nampak frekuensi penggunaan beberapa alternatif tanggapan dalam komunikasi antarpribadi untuk menanggapi masalah orang lain. Berpijak dari pernyataan tersebut, maka penulis memilih judul “KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM JEJARING SOSIAL (Studi Analisis Isi Tanggapan Terhadap Status Keluhan dalam Grup Facebook “Peduli Leukimia”) sebagai judul penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kecenderungan tanggapan yang diberikan dalam grup Facebook Peduli Leukimia?

2. Berapakah frekuensi pemberian tanggapan yang diberikan dalam grup Facebook Peduli Leukimia?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui kecenderungan tanggapan yang diberikan dalam grup Facebook Peduli Leukimia.
2. Mengetahui frekuensi pemberian tanggapan yang diberikan dalam grup Facebook Peduli Leukimia.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang nantinya akan dilakukan ini diharapkan agar memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Secara Akademis, penelitian ini dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian, serta sumber bacaan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai perkembangan teknologi komunikasi dan perkembangan ilmu komunikasi dalam media baru yang memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan media lama.
3. Secara Praktis, penulis berharap setelah mencermati penelitian ini masyarakat bisa memberikan dukungan yang tepat kepada penderita kanker. Sementara penderita kanker bisa memanfaatkan penggunaan media komunikasi *online* secara maksimal.

E. Landasan Teori

1. Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari komunikasi, hal ini terbukti dengan masing-masing individu selalu mengadakan komunikasi dengan individu lain. Melalui komunikasi seseorang dapat menyampaikan informasi, ide, konsep, pengetahuan kepada orang lain secara timbal balik, baik sebagai penyampai atau penerima pesan. Selain itu, dengan komunikasi manusia dapat berkembang dan dapat melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

Beberapa para ahli mencoba mengungkapkan definisi dari komunikasi sehingga dalam kehidupan ini terdapat beraneka ragam definisi komunikasi. Barelson dan Steiner (Partao, 2007: 20) memberikan definisi bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain, melalui penggunaan simbol-simbol, kata-kata, gambar-gambar, dan lain-lain. Pada dasarnya komunikasi merupakan proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung makna, baik berwujud informasi, gagasan, emosi, pengetahuan, dan lain-lain dari komunikator kepada komunikan. Tujuan utama dari komunikasi adalah untuk mempengaruhi perilaku penerima. Sumber mencoba menyampaikan pesan kepada penerima melalui penggunaan simbol-simbol, kata-kata, atau pun gambar.

Komunikasi dapat berlangsung searah atau pun dua arah. Komunikasi berlangsung searah bila di dalam proses komunikasi tidak ada umpan balik dari komunikan ke komunikator. Dalam proses ini komunikator memberikan pesan

kepada komunikan dan komunikan hanya menerima pesan tersebut tanpa memberikan respon balik terhadap pesan yang diterimanya. Dalam hal ini komunikan lebih bersifat pasif. Sementara komunikasi dua arah adalah komunikasi yang menempatkan komunikan lebih aktif, komunikan dapat memberikan tanggapan terhadap pesan yang diterima dari komunikator. Komuniaktor dan komunikan saling memberikan umpan, sehingga masing-masing pihak aktif dalam proses komunikasi. (Walgito, 2002: 67)

2. Komunikasi Interaktif

Komunikasi semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern. Rogers (1986: 25) menyatakan bahwa komunikasi meliputi empat era perubahan, yaitu:

- a. Era komunikasi tulisan (4000 SM sampai sekarang)
- b. Era komunikasi cetak (1456 SM sampai sekarang)
- c. Era telekomunikasi (1844 SM hingga sekarang)
- d. Era komunikasi interaktif (1946 hingga sekarang)

Era komunikasi interaktif adalah era komunikasi modern yang tentunya telah mengalami berbagai perubahan. Era komunikasi interaktif dimulai pada tahun 1946, ketika komputer mainframe pertama diciptakan di Philadelphia, Amerika Serikat (Rogers, 1986: 30). Komunikasi interaktif sangat menuntut keterlibatan individu, seseorang harus aktif dalam memilih informasi yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan ideologi dari interaktivitas, menurut Silverstone (Holmes, 2012: 39) ideologi baru interaktivitas salah satunya menekankan kapasitas kita untuk memperluas jangkauan, capaian dan untuk

mengontrol melalui pilihan kita sendiri, atas apa yang harus kita konsumsi, kapan, dan bagaimana.

Komunikasi interaktif berawal dari penemuan-penemuan media untuk melakukan komunikasi. Dari komunikasi verbal dan nonverbal yang secara langsung diubah melalui media. Penemuan telegraf menjadi titik awal interaksi tanpa tatap muka. Semakin lama muncul teknologi komunikasi yang modern seperti televisi, radio dan komputer.

Awalnya televisi dan radio bukanlah sebuah media interaktif. Televisi dan radio hanya sebagai media komunikasi massa yang menyampaikan pesan satu arah sehingga komunikan tidak bisa memberikan umpan balik kepada komunikator. Namun, seiring berkembangnya zaman televisi dan radio mulai memiliki teknologi tersendiri untuk memfasilitasi interaksi manusia. Sekarang melalui telepon atau sms interaktif komunikan bisa merespon pesan dari komunikator dan saling melakukan timbal balik.

Komputer pun juga pada mulanya hanya dipergunakan untuk mempermudah pekerjaan manusia, bukan untuk melakukan interaksi. Zaman semakin berkembang teknologi pun juga ikut berkembang dan semakin maju. Kini komputer pun memiliki fungsi untuk melakukan interaksi. Kemunculan internet menjadi titik awal kemajuan komputer yang mampu menjadi sarana interaksi manusia. Mulanya internet digunakan sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data di antara professional, tapi perkembangan selanjutnya internet sebagai penyedia barang atau jasa, serta digunakan sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi (McQuaill, 2012: 44). Facebook

merupakan salah satu contoh dari sekian banyak media interaktif yang marak digunakan masyarakat dewasa ini.

Melihat dari penjelasan di atas maka kita dapat menyimpulkan definisi dari komunikasi interaktif. Komunikasi interaktif adalah penyampaian pesan dari sumber pesan tersebut kepada penerima pesan melalui media tertentu, serta penerima pesan mampu memberikan *feedback* secara langsung. Melalui *feedback* yang diberikan secara langsung, maka akan terjadi interaksi antara pemberi dan penerima pesan.

3. *Computer Mediated Communication*

Di era teknologi informasi kini, tren komunikasi yang tengah masyarakat jalani menggunakan perantara internet dan telah bergerak cepat menuju apa yang disebut dengan *computer-mediated communication* (CMC) atau komunikasi yang dimediasi komputer. Dalam konteks ini, *computer-mediated communication* (CMC) dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. Menurut Wood dan Smith (2005: 4), CMC adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan internet. Pada CMC terdapat format yang diterapkan pada bentuk-bentuk dari interaksi berbasis teks seperti pesan teks.

Dalam perkembangannya komunikasi melalui media komputer terjadi peleburan antara komunikasi *mediation* (perantara) dan *immediate* (langsung). *Computer Mediated Communication* (CMC) mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk melalui pertukaran informasi menggunakan media komputer

khususnya komputer internet. Menurut Rafaeli (Wood dan Smith, 2005: 41), karakteristik komunikasi *online* yang membedakan dengan komunikasi lain adalah sebagai berikut:

a. Paket *switching*

Paket *switching* adalah sebuah metode yang digunakan untuk memindahkan data dalam jaringan internet. Dalam paket *switching*, seluruh paket data yang dikirim dari sebuah node akan dipecah menjadi beberapa bagian. Setiap bagian memiliki keterangan mengenai asal dan tujuan dari paket data tersebut.

b. Multimedia

Multimedia adalah sebuah sistem komunikasi yang menawarkan perpaduan teks, grafik, video, suara, dan animasi.

c. Interaktivitas

Interaktivitas merupakan tingkatan di mana proses komunikasi para partisipan memiliki kontrol terhadap peran, dan dapat bertukar peran dalam dialog mutual mereka.

d. *Shyncronitas*

Pesan yang disampaikan berjalan tidak hanya berdasarkan ruang namun juga waktu. CMC memungkinkan untuk dua jenis waktu yang digunakan dalam komunikasi *online* yaitu *synchronous* dan *asynchronous*.

e. *Hypertext*

Hypertext adalah tulisan yang tidak berurutan, *hypertext* juga sering disebut sebagai *non linier text*, karena dalam bagian-bagian tertentu bisa merujuk ke bagian lain secara tidak sekuensial sesuai dengan alamat rujukan yang diberikan.

Menurut Walther (Wood dan Smith, 205:79) terdapat tiga perspektif CMC dalam mengkaji hubungan antarpribadi, perspektif tersebut adalah sebagai berikut:

a. Impersonal

Dalam perspektif impersonal hubungan tidak mungkin muncul di CMC. Teori yang mendukung perspektif ini adalah *social presence*, teori ini menyatakan bahwa masing-masing media memunculkan perbedaan derajat penerimaan substansi pesan dalam sebuah interaksi. Derajat penerimaan ini ditentukan oleh jumlah petunjuk informasi nonverbal yang tersedia melalui media tersebut. Teori lain yang mendukung adalah *social context cues theory*, teori ini menyatakan bahwa perilaku manusia diatur oleh sebuah indikator yang ada dalam lingkungan sosial. Teori ini berasumsi bahwa terdapat aturan baik disadari atau tidak dalam berkomunikasi mengarahkan informasi yang pantas disampaikan dan kepada siapa informasi tersebut disampaikan. Beberapa variabel dari teori ini adalah geografis, organisasional, dan situasional.

Dalam perspektif ini mengacu adanya inovasi metode menyampaikan konten emosi sebagai informasi nonverbal dalam pesan mereka dengan menggunakan *emoticon*. Ada 4 bentuk *emoticon* yaitu bentuk verbal, deskripsi aktifitas fisik, *stress* atau penekanan, dan *smiles*.

b. *Interpersonal*

Pada komunikasi *interpersonal* sebuah hubungan dapat tercipta dalam komunikasi *online* berdasarkan model SIDE (*Social Identification/ deindividuation*). Model ini berasumsi bahwa daya tarik *interpersonal* dan penerimaan individu dalam komunikasi *online* didasarkan atas identifikasi norma kelompok. Model ini memprediksi bahwa seseorang dapat saja mengesampingkan identitas personal dan mengadopsi identitas sosial yang pantas dalam rangka mencari penerimaan komunikasi *online*.

c. *Hyperpersonal*

Komunikasi *hyperpersonal* terjadi ketika individu menemukan bahwa mereka merasa lebih baik dan nyaman dapat mengekspresikan diri mereka sendiri dalam saluran komunikasi melalui media daripada komunikasi langsung. Komunikasi *hyperpersonal* didasarkan pada 4 faktor yaitu faktor sumber, penerimanya, *channel*, *feedback*.

Dari ketiga perspektif CMC di atas, penelitian ini akan menggunakan teori CMC berbasis teks dengan perspektif *interpersonal* dalam kaitannya dengan Facebook. Para anggota grup Facebook Peduli Leukimia saling

berkomunikasi lewat layanan yang disediakan Facebook seperti *coment* status dan *chatting*. Hubungan dapat tercipta dalam komunikasi yang mereka lakukan.

4. Komunitas Virtual

Kategori media baru sebagai media partisipasi kolektif mengisyaratkan bahwa terdapat bentuk komunikasi kelompok. McQuaill (2011:163) mendefinisikan bentuk-bentuk kelompok ini sebagai *virtual communités* (komunitas virtual). Komunitas virtual didirikan secara sengaja oleh orang-orang yang mempunyai kepentingan yang sama. Foster (Holmes, 2012: 412) menyatakan bahwa komunitas virtual terdiri dari orang-orang yang belum pernah kenal satu sama lain tetapi memiliki rasa saling memiliki bersama-sama. Sedangkan yang ditonjolkan dalam komunitas internet adalah bahwa mereka ‘interaktif’. Interaktivitas menjadi dasar bagi spekulasi komunitas virtual. (Holmes, 2012: 413)

Fungsi-fungsi kelompok atau pun individu pada komunitas virtual tidak berbeda dengan kelompok pada umumnya. Bales (Littlejohn dan Foss, 2009: 326) menyebutkan bahwa dalam kelompok setiap individu memiliki peran sebagai (1) penanya informasi, (2) penanya opini, (3) peminta saran, (4) pemberi saran, (5) pemberi opini dan (6) pemberi informasi. Dalam kelompok di dunia maya, peran-peran tersebut masih berlaku. Namun, bentuk komunikasi yang tercipta berbeda. Pola komunikasi yang terbentuk bukan lagi tatap muka, melainkan *asynchrhonous* (tidak bersamaa) dan *synchronous* (bersamaan).

Dalam hal ini grup Facebook “Peduli Leukimia” merupakan komunitas virtual yang anggotanya terdiri dari orang-orang yang belum pernah kenal satu sama lain tetapi memiliki rasa saling memiliki bersama-sama. Meskipun di antara mereka juga terdapat beberapa orang yang telah saling mengenal seperti keluarga atau teman dari penderita kanker, namun mayoritas anggota komunitas belum pernah kenal satu sama lain. Pembentukan komunitasnya dimediasi oleh komputer, para anggota dapat saling berinteraksi.

Masing-masing individu mempunyai peran sebagai penanya informasi, penanya opini, penanya saran, pemberi informasi, pemberi opini, dan pemberi saran. Fungsi kelompok sebagai penyedia dukungan sosial pun masih nampak jelas. Dukungan masih bisa dirasakan masing-masing individu sebagai peserta kelompok virtual.

5. Tanggapan dalam Komunikasi Antarpribadi pada Komunitas Virtual

Komunikasi *interpersonal* (antarpribadi) sangat penting bagi kebahagiaan hidup kita. Komunikasi antarpribadi memiliki peranan penting dalam hidup manusia. Johnson (Supratiknya, 1999: 9-10) mengungkapkan beberapa peranan komunikasi antar pribadi dalam kehidupan manusia antara lain:

- a. Komunikasi antarpribadi membantu perkembangan intelektual dan sosial kita, karena kedua perkembangan tersebut sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi dengan orang lain.
- b. Identitas atau jati diri kita terbentuk dalam dan lewat komunikasi dengan orang lain maksudnya adalah ketika berkomunikasi dengan orang lain kita bisa mengetahui diri kita sebenarnya.

- c. Memahami realitas di sekeliling kita menguji kebenaran kesan-kesan dan pengertian yang kita miliki tentang dunia di sekitar kita, yaitu perbandingan sosial yang hanya dapat kita lakukan lewat komunikasi dengan orang lain.
- d. Kesehatan mental yang sebagian besar ditentukan oleh kualitas komunikasi atau hubungan kita dengan orang lain. Bila orang yang tidak berhubungan dengan orang lain, maka rasa sepi dan terasing akan menimbulkan penderitaan, bukan hanya penderitaan batin, bahkan mungkin penderitaan fisik.

Komunikasi antarpribadi dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan. Salah satu tujuan komunikasi antarpribadi yaitu untuk membantu orang lain. Dalam kehidupan ini manusia akan dihadapkan oleh berbagai masalah, tidak ada manusia yang hidup tanpa masalah. Manusia akan menghadapi masalah-masalah dalam hidupnya yang tentu saja sangat merisaukan hatinya. Ketika berada dalam situasi seperti inilah seseorang akan sangat membutuhkan pertolongan dari orang lain.

Dalam komunitas virtual Peduli Leukimia sebagian besar dari mereka menghadapi masalah yang sama yaitu masalah kesehatan fisik yang berdampak juga pada psikis. Penyakit yang mereka derita tentu menjadi beban bagi dirinya. Mereka adalah orang-orang yang sangat mengharapkan pertolongan peneguhan dari orang lain. Menanggapi permasalahan seseorang merupakan contoh tujuan komunikasi antarpribadi untuk membantu orang lain.

Dalam menanggapi masalah orang lain Johnson (Supratiknya, 1999: 71) merumuskan lima macam intensi penting yang sering mempengaruhi tanggapan kita kepada orang lain, yaitu:

a. Menasehati dan Memberikan Penilaian

Nasihat dan penilaian mengkomunikasikan sikap evaluatif, korektif, sugestif atau moralistik. Secara implisit penerima pesan ingin menyatakan apa yang seharusnya atau sebaiknya dilakukan oleh pengirim pesan untuk memecahkan masalahnya. Nasihat dapat menolong pihak yang dinasihati apabila diberikan pada saat yang relevan. Tanggapan yang berisi nasihat-penilaian disebut dengan tanggapan evaluatif.

b. Menganalisis dan Menafsirkan

Setelah menganalisis dan menafsirkan masalah yang dikemukakan oleh pengirim pesan, penerima pesan bermaksud memberi tahu si pengirim tentang bentuk kesulitan dan perasaannya terhadap situasi yang sedang dihadapinya, atau mengajarkan tentang pengetahuan psikologis tertentu kepadanya. Secara implisit, penerima pesan ingin menyampaikan bagaimana seharusnya pengirim pesan memandang persoalannya. Tanggapan yang berisi analisis dan penafsiran ini disebut dengan tanggapan interpretatif.

c. Meneguhkan dan Memberikan Dukungan

Melalui tanggapan yang bersifat memberikan dukungan, penerima pesan ingin menunjukkan simpati, meneguhkan kembali atau

meringankan beban pengirim pesan. Tanggapan berisi penegasan-bombongan disebut dengan tanggapan suportif.

d. Menanyai dan Menyelidiki

Menyelidiki dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pengirim pesan. Sebelumnya perlu dipahami terlebih dahulu perbedaan antara pertanyaan terbuka, pertanyaan tertutup, pertanyaan sebab beserta dampak yang ditimbulkannya. Pertanyaan terbuka menuntut jawaban yang cukup bebas dan mendorong orang untuk menjawab panjang lebar serta lebih mendetail dalam bentuk uraian-uraian. Pertanyaan tertutup biasanya hanya menuntut jawaban “ya” atau “tidak”.

Pertanyaan sebab, artinya menanyai seseorang tentang penyebab perbuatan dan perasaannya, sering kurang bermanfaat karena biasanya dia tidak tahu. Bahkan dapat membuatnya menutup diri, sebab pertanyaan itu sering mudah berubah menjadi bentuk sikap menolak atau menasihati. Tanggapan yang berisi pertanyaan-pertanyaan semacam ini disebut tanggapan menyelidik.

e. Memparafrasekan dan Memahami

Tanggapan penuh pemahaman yang bersifat merefleksikan apa yang diungkapkan oleh pengirim pesan menunjukkan bahwa kita mempunyai intensi untuk memahami pikiran dan perasaannya. Tanggapan yang disebut dengan tanggapan memahami ini tepat digunakan dalam situasi-situasi sebagai berikut:

- 1) Komunikasikan belum yakin bahwa telah memahami pikiran dan perasaan komunikator.
- 2) Komunikasikan ingin meyakinkan bahwa telah mendengar apa yang baru diungkapkan komunikator.
- 3) Komunikasikan ingin meyakinkan berusaha bahwa kita sungguh-sungguh berusaha memahami pikiran dan perasaan komunikator.

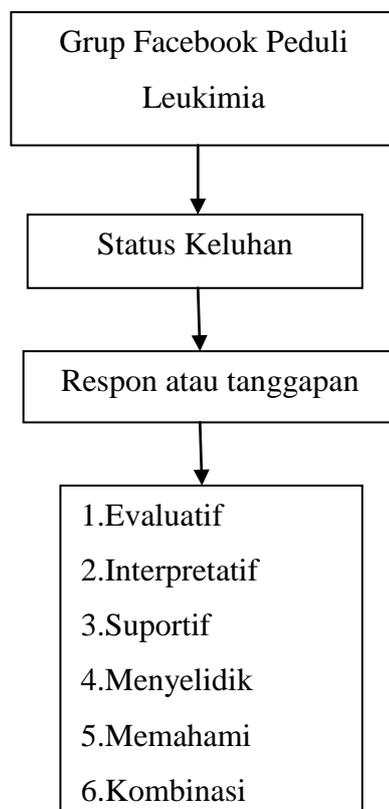
Sementara Carl Rogers (Supratiknya, 1999: 76) pernah meneliti penggunaan alternatif tanggapan dari Johnson menambahkan satu alternatif tanggapan lagi yaitu tanggapan kombinasi. Tanggapan kombinasi yaitu merupakan tanggapan kombinasi dari beberapa katagori tanggapan yang telah disebutkan di atas.

F. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Terdapat tanggapan dalam komunikasi antarpribadi terhadap status keluhan di grup Facebook Peduli Leukimia pada bulan Juni 2013 yang cenderung didominasi oleh tanggapan suportif.
2. Terdapat frekuensi dari kelima tanggapan dalam komunikasi antarpribadi terhadap status keluhan di grup Facebook Peduli Leukimia pada bulan Juni 2013.

G. Kerangka Pemikiran



(Sumber: Supratiknya, 1999: 71&76)

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode penelitian analisis isi. Analisis isi deskriptif kuantitatif yaitu analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu (Eriyanto, 2011: 47). Desain analisis isi ini hanya untuk mendeskripsikan, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik suatu pesan.

Secara umum analisis isi dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi

dan menarik inferensi dari isi. Sementara itu, terdapat pula definisi analisis isi menurut para ahli. Barelson (Eriyanto, 2011: 15) mendefinisikan bahwa, analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*). Dari definisi analisis isi tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis isi memiliki empat karakteristik yaitu sistematis, objektif, kuantitatif, dan hanya dapat meneliti teks komunikasi yang sifatnya *manifest* (tampak/tersurat).

Penelitian analisis isi dikatakan sistematis, apabila dalam proses penelitian merujuk pada seleksi dan analisis data didasarkan pada langkah-langkah yang terencana dan tidak bias sehingga pengambilan kesimpulan tidaklah berat sebelah atau bahkan keliru. Penelitian dikatakan objektif jika ketentuan-ketentuan yang dijalankan dirumuskan dahulu secara tegas dan pasti sehingga bila penelitian ini dilakukan oleh orang lain maka akan mendapatkan data dan kesimpulan yang sama. Penelitian analisis isi dinyatakan sebagai penelitian kuantitatif karena tujuan hendak dicapai oleh analisis isi mensyaratkan representasi yang akurat dari pesan yang disampaikan dalam isi komunikasi. (Ishak, dkk., 2011: 98-99)

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah tanggapan terhadap status keluhan di grup Facebook Peduli Leukimia.

3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua jenis, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari tanggapan-tanggapan dalam

grup Facebook Peduli Leukimia. Selain menggunakan data primer, digunakan pula data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui media perantara. Data sekunder diperoleh peneliti dari internet dan sumber-sumber kepustakaan lainnya.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin kita ketahui isinya (Eriyanto, 2011: 109). Populasi dari penelitian ini adalah tanggapan dalam komunikasi anatarpribadi terhadap status keluhan yang ada dalam grup Facebook Peduli Leukimia pada bulan Juni 2013. Hasil yang ditemukan berjumlah 220 tanggapan dari 33 status keluhan.

b. Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel acak sistematis. Dalam penarikan sampel ini sampel yang terpilih diperoleh secara sistematis. Peneliti hanya perlu melakukan acak sampel pertama saja dalam populasi. Setelah sampel pertama diketahui, sampel kedua, dan seterusnya diambil secara sistematis (Eriyanto, 2011: 122). Peneliti akan mengambil sampel tanggapan pada status keluhan yang memiliki tanggapan 80% tidak *out of topic* serta terjadi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Pengambilan sampel dilakukan secara sistematis dari status keluhan dengan interval dua hari. Dalam perhitungan sampel mendapatkan hasil sebanyak 137 tanggapan dari 21 status keluhan.

5. Definisi Konseptual

Penelitian ini bertujuan mencari kecenderungan dan frekuensi tanggapan yang diberikan anggota grup Facebook Peduli Leukimia pada *posting*-an status keluhan dalam grup. Untuk mempermudah penelitian tersebut maka perlu dibuat batasan definisi konsep terhadap variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

a. Komunikasi Antarpribadi

Menurut Effendy (2008: 8) komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Jenis komunikasi yang dianggap paling efektif dalam hal mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang dikarenakan sifatnya yang *dialogis* yaitu berupa percakapan.

b. Status

Pesan yang dikirimkan oleh pengguna Facebook agar dapat dibaca oleh semua temannya di Facebook.

c. Tanggapan

Menurut KBBI (Tim, 2005: 1138), tanggapan adalah apa yang diterima oleh panca indra. Johnson (Supratiknya, 1999: 71) menyatakan terdapat lima alternatif tanggapan yaitu tanggapan evaluatif, interpretatif, suportif, menyelidik, dan memahami. Sementara Carl Rogers (Supratiknya, 1999: 76) pernah meneliti penggunaan tanggapan dalam komunikasi sehari-hari menambahkan satu alternatif tanggapan lagi yaitu tanggapan kombinasi.

6. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan uraian konsep-konsep secara operasional yang diturunkan dari definisi konseptual. Definisi operasional yang dipakai dalam penelitaian ini meliputi kategori sebagai berikut:

- a. Status adalah pesan yang dapat menimbulkan respon. Adapun status yang dikategorikan oleh peneliti adalah jenis status keluhan. Keluhan yaitu berupa ungkapan isi hati menyatakan susah atau apa yang dikeluhkan tentang permasalahan yang sedang dihadapi, biasanya dipertegas dengan menyisipkan *emoticon* seperti :(, ☹. T.T.
- b. Tanggapan adalah respon atau *feedback* yang diberikan atas status yang di *posting* dalam grup Facebook Peduli Leukimia. Adapun jenis tanggapan yang dikategorikan oleh peneliti adalah sesuai dengan rumusan kategori alternatif tanggapan dalam komunikasi sehari-hari menurut Johnson (Supratiknya, 1999: 71) dan peneliti menambahkan satu kategori alternatif tanggapan lagi sesuai dengan penelitian Carl Rogers yang juga pernah meneliti penggunaan alternatif tanggapan dari Johnson dalam komunikasi sehari-hari (Supratiknya, 1999: 76):
 - 1) Tanggapan evaluatif yaitu kata atau kalimat dari komunikan yang secara implisit komunikan ingin menyatakan apa yang seharusnya atau sebaiknya dilakukan oleh komunikator untuk memecahkan masalahnya. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- a) Kata atau kalimat yang menganjurkan, mengajak, membujuk, mengajari, memedomani, menginstruksikan kepada hal yang baik.
 - b) Kata atau kalimat yang mengandung pesan moral.
- 2) Tanggapan interpretatif yaitu kata atau kalimat dari komunikasi yang bermaksud memberi tahu komunikator tentang bentuk kesulitan dan perasaannya terhadap situasi yang sedang dihadapinya, atau mengajarkan tentang pengetahuan psikologis tertentu kepadanya. Secara implisit, penerima pesan ingin menyampaikan bagaimana seharusnya komunikator memandang persolannya. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:
- a) Kata atau kalimat yang isinya memberikan pandangan untuk menyadarkan pengirim pesan.
- 3) Tanggapan suportif yaitu kata atau kalimat dari komunikasi yang bersifat memberikan dukungan, penerima pesan ingin menunjukkan simpati, meneguhkan kembali atau meringankan beban komunikator. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:
- a) Kata atau kalimat yang bersifat mendukung atau menyemangati.
- 4) Tanggapan menyelidik yaitu kata atau kalimat dari komunikasi yang berisi dengan pertanyaan-pertanyaan. Menyelidiki dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pengirim pesan. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

- a) Kata atau kalimat yang berisi pertanyaan yang tujuannya untuk menggali informasi.
- 5) Tanggapan memahami yaitu kata atau kalimat penuh pemahaman yang bersifat merefleksikan apa yang diungkapkan oleh pengirim pesan menunjukkan bahwa penerima pesan mempunyai intensi untuk memahami pikiran dan persaannya. Adapaun indikatornya adalah sebagai berikut:
- a) Kata atau kalimat yang berisi bahwa seolah-olah komunikan mengerti akan perasaan komunikator.
- 6) Tanggapan kombinasi yaitu merupakan tanggapan kombinasi dari beberapa katagori tanggapan yang telah disebutkan di atas. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:
- a) Kata dan kalimat yang mengandung sifat-sifat beberapa tanggapan di atas.

7. Unit Analisis

Untuk memudahkan peneliti dan *coder* dalam melakukan penelitian analisis isi deskriptif ini, langkah awal yang dilakukan adalah menentukan unit analisis. Menentukan unit analisis sangat penting karena unit analisis nantinya akan menentukan aspek dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan yang diperoleh. Penentuan unit analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang valid dan menjawab tujuan penelitian. (Eriyanto, 2011:58)

Ada beberapa jenis unit analisis dalam analisis isi. Penelitian ini akan menggunakan jenis unit analisis yang dirumuskan oleh Krippendorff.

Krippendorff mengidentifikasi ada tiga unit analisis penting dalam analisis isi yaitu unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks. (Eriyanto, 2011: 60)

a. Unit Sampel (*Sampling Units*)

Unit sampel adalah unit yang dipilih (diseleksi) oleh peneliti untuk didalami. Unit sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah berfokus pada tanggapan dalam komunikasi antarpribadi yang tujuannya untuk membantu orang lain.

b. Unit Pencatatan (*Recording Units*)

Unit pencatatan adalah unit analisis yang berkaitan dengan bagian dari isi yang akan dicatat, dihitung, dan dianalisis. Unit pencatatan terbagi atas lima macam unit, yaitu unit fisik, sintaksis, referensial, proporsional, dan tematik. Dalam penelitian ini, peneliti memilih unit sintaksis karena paling sesuai dengan objek yang ingin diteliti, yaitu teks. Unit sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi, dalam hal ini peneliti memilih tiga aspek, yaitu kata, kalimat, dan gambar (*emoticon*) yang di dalamnya mengandung sifat macam-macam tanggapan dalam komunikasi antarpribadi.

c. Unit Konteks (*Context Units*)

Unit konteks dipakai ketika unit pencatatan yang digunakan ketika unit pencatatan tidak mampu menjawab rumusan masalah. Peneliti memutuskan untuk menggunakan unit konteks karena jika menggunakan unit pencatatan sintaksis, kebutuhan akan

penggunakan unit konteks tergolong tinggi. Unit konteks dalam penelitian ini ada enam, yaitu:

- 1) Tanggapan evaluatif
- 2) Tanggapan interpretatif
- 3) Tanggapan suportif
- 4) Tanggapan menyelidik
- 5) Tanggapan memahami
- 6) Tanggapan kombinasi

Tabel 1.1
Unit Analisis Penelitian

Kategori Tanggapan	Operasional	Indikator
Evaluatif	Kata atau kalimat dari komunikasi yang secara implisit komunikasi ingin menyatakan apa yang seharusnya atau sebaiknya dilakukan oleh komunikator untuk memecahkan masalah	<ul style="list-style-type: none"> • Kata atau kalimat yang menganjurkan, mengajak, membujuk, mengajari, memedomani, menginstruksikan kepada kepada hal yang baik. • Kata atau kalimat yang mengandung pesan moral.
Interpretatif	Kata atau kalimat dari komunikasi yang bermaksud memberi tahu si pengirim tentang bentuk kesulitan dan perasaannya terhadap situasi yang sedang dihadapinya, atau mengajarkan tentang pengetahuan psikologis tertentu kepadanya. Secara implisit, komunikasi ingin	<ul style="list-style-type: none"> • Kata atau kalimat yang isinya memberikan pandangan untuk menyadarkan komunikator.

	menyampaikan bagaimana seharusnya komunikator memandang persolannya.	
Supportif	Kata atau kalimat dari komunikasi yang bersifat memberikan dukungan, komunikasi ingin menunjukkan simpati, meneguhkan kembali atau meringankan beban pengirim pesan.	<ul style="list-style-type: none"> • Kata atau kalimat yang bersifat mendukung atau menyemangati.
Menyelidik	Kata atau kalimat dari komunikasi yang berisi dengan pertanyaan-pertanyaan. Menyelidiki dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pengirim pesan.	<ul style="list-style-type: none"> • Kata atau kalimat yang berisi pertanyaan.
Memahami	Kata atau kalimat penuh pemahaman yang bersifat merefleksikan apa yang diungkapkan oleh komunikasi menunjukkan bahwa penerima pesan mempunyai intensi untuk memahami pikiran dan perasaan komunikator.	<ul style="list-style-type: none"> • Kata atau kalimat yang berisi bahwa seolah-olah komunikasi mengerti akan perasaan komunikator.
Kombinasi	Merupakan tanggapan kombinasi dari beberapa kategori tanggapan yang telah disebutkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Kata dan kalimat yang mengandung sifat-sifat beberapa tanggapan yang telah disebutkan di atas.

Tabel 1.2
Emoticon dalam Facebook

Facebook Emoticon	Meaning	Shortcut
	Smile	:-) :) :] =)
	Sad	:(:(:[=(
	Tongue	:-P :-p :-p :p =P
	Wink	;-) ;)
	Big Smile	:-D :D =D
	Surprised	:-O :O :-o :o
	Cry	:'(
	Geek	8-) 8) B-) B)
	Cool	8- 8 B- B
	Mad	>:(>:-(
	Very Angry	>:O >:-O >:o >:-o
	Thinking	:/ :-/ :\ :-\
	Confused	o.O O.o
	Kiss	:-* :*
	Devil	3:) 3:-)
	Angel	O:) O:-)
	Heart	<3
	Very happy	^_^
	Moody One	-_-
	Pacman	:v
	Curly Lips	:3
	Robot	:]
	Chris Putnam	:putnam:
	Shark	(^^^)
	Penguin	<(")

Sumber: www.minilua.com

Emoticon berfungsi untuk menyampaikan konten emosi sebagai informasi nonverbal dalam pesan yang disampaikan seseorang. Dalam hal ini pengkategorian *emoticon* ke dalam sebuah kategori tanggapan berdasarkan status atau pesan yang disampaikan oleh komunikator. *Emoticon* tidak dapat diartikan sebagai kategori tanggapan tanpa melihat atau menilai dari status atau pesan yang disampaikan komunikator.

8. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis isi. Kemudian data yang telah dikoding, diproses untuk mendapatkan frekuensi dan persentase. Kemudian dilakukan interpretasi atas data digunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Dimana:

P = angka persentase

F = frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N = *Number of cases* (jumlah frekuensi atau banyak sumber informasi)

9. Realibilitas

Dalam uji reliabilitas kategori, penulis menggunakan sistem *coding*, dimana peneliti dibantu oleh orang lain yang ditunjuk untuk menjadi pembanding atau hakim guna mengukur ketepatan penilaian peneliti terhadap kategori tanggapan dalam komunikasi interpersonal ketika menanggapi masalah orang lain di grup Facebook Peduli Leukimia.

Sistem ini dirasa paling tepat karena untuk melakukan sebuah analisis dalam teks, diperlukan pemikiran subyektif, dan untuk menyamakan perspektif subyektif tersebut, diperlukan sebuah pembanding. Hasil pemikiran peneliti dibandingkan dengan pemikiran orang lain yang ditunjuk oleh peneliti sebagai pembanding atau

hakim. Uji ini dikenal dengan uji antar kode. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Coefficient Reliability* (CR) dari Holsti :

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan:

CR : *Coefficient Reliability*

M : Jumlah pernyataan yang disetujui oleh *coder* dan periset

N1,N2 : Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh *coder* dan periset

Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Tetapi, jika di bawah angka 0,7, berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat yang reliabel. (Eriyanto, 2011 : 290)