

**FENOMENA KEINGINAN MENAMPILKAN DIRI PADA MAHASISWA
MELALUI LAYANAN SITUS JEJARING SOSIAL FACEBOOK**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana (S-1) Psikologi*



Oleh :

EVI SRI RESTUWATI
F 100 050 100

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet telah menjadi semacam bagian penting dan lazim dalam kehidupan sehari-hari, karena internet merupakan salah satu bentuk baru media massa, bergabung dengan televisi, radio, dan media cetak. Dewasa ini setiap orang dapat mengakses internet dengan berbagai macam cara, seperti melalui *internet café* (warung internet atau warnet), menyambungkan jaringan internet melalui telepon rumah, melalui tempat-tempat yang menyediakan *hotspot area*, bahkan melalui *Blackberry*, *I-Phone*, ataupun melalui telepon seluler pintar lain yang dilengkapi dengan fitur koneksi internet. Dengan demikian internet dapat diakses setiap saat oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun.

Pengguna internet saat ini tidak terbatas pada orang dewasa saja, tetapi juga anak-anak dan remaja. Sebuah kajian pada tahun 2003 yang dilakukan oleh *Harris Interactive and Teenage Research Unlimited* untuk perusahaan media internet *Yahoo!* menemukan bahwa anak muda berusia 13 hingga 24 tahun menghabiskan lebih banyak waktu *online* setiap minggu dibandingkan dengan menonton televisi, yaitu 17 jam banding 14 jam (Hernandez, 2007). Sedangkan menurut hasil penelitian dari *Yahoo!-TNS Net Index*, di Indonesia penetrasi internet tertinggi pada segmen penduduk usia 15 hingga 29 tahun yaitu sekitar 64% (Sodikin, 2009). Anak-anak muda dalam lingkup usia tersebut menggunakan internet untuk mencari informasi, membantu menyelesaikan tugas sekolah atau kuliah, mengobrol dengan teman melalui *e-mail* dan pesan instan, serta berhubungan dengan jaringan *online* anak

muda di seluruh dunia (Hernandez, 2007). Berdasarkan hasil penelitian *Yahoo!-TNS Net Index*, aktivitas internet yang paling sering dilakukan adalah membuka situs jejaring sosial dengan persentase sekitar 58% (Sodikin, 2009).

Situs jejaring sosial (*social networking sites*) merupakan suatu situs internet yang menawarkan berbagai macam cara untuk berkomunikasi melalui internet dengan orang-orang baru dari seluruh dunia. Situs ini mengizinkan seseorang untuk menciptakan halaman profil pribadi secara *online* dengan mudah dan sederhana, serta membangun jaringan pertemanan secara *online*. Pengguna situs ini dapat berkomunikasi melalui profil mereka baik dengan teman-teman ataupun dengan orang-orang di luar daftar koneksi mereka (Ofcom, 2007).

Salah satu situs jejaring sosial yang terkenal adalah *Facebook* yang diluncurkan pertama kali pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg seorang mahasiswa Universitas Harvard. Situs jejaring sosial ini menawarkan kepada penggunanya kemampuan untuk menciptakan *webpage* pribadi, mengirimkan informasi yang berhubungan dengan diri pengguna, serta untuk berhubungan dan berinteraksi dengan orang-orang yang tidak mungkin disatukan dalam dunia nyata ke dalam satu media dengan bantuan sambungan internet. Hampir semua orang tampaknya telah, sedang, dan akan mengakrabi *Facebook* (Hendroyono, 2009).

Facebook memberikan banyak manfaat bagi para penggunanya antara lain, pengguna *Facebook* dapat tetap berhubungan dengan teman dan keluarga, dapat bertemu dan berhubungan dengan teman lama, berkenalan dengan teman dari sahabat, serta berkenalan dengan orang yang belum pernah dikenal sebelumnya. Selain itu, pengguna situs ini memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dan berbagi pengalaman, hobi, dan minat dengan orang-orang dengan latar belakang, budaya, dan

negara yang berbeda. Situs jejaring sosial *Facebook* juga dapat digunakan untuk membangun kepercayaan diri, media aktualisasi diri, dan promosi diri. Individu-individu yang pemalu dan berkepribadian introvert mendapatkan cara baru dalam berekspresi dan berinteraksi dengan orang lain baik yang sudah dikenal maupun yang belum dikenal melalui *Facebook* (Ofcom, 2007).

Fitur-fitur yang ditawarkan oleh layanan *Facebook* antara lain *profile* (profil), *news feed*, *wall* (dinding), *photo* (foto), *group*, *notes* (catatan), *video*, *events* (acara), *marketplace* (pasar), *post* (kiriman), dan *gift* (hadiah). Hardiman (2009) menyatakan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan oleh layanan *Facebook* tersebut dapat membawa pengaruh positif dan pengaruh negatif pada perilaku manusia. Pengaruh positif, misalnya, *Facebook* dapat menjadi sarana pembentukan identitas. Hal-hal yang tidak dapat diekspresikan di dunia nyata, dapat diekspresikan di dunia maya (secara virtual), meskipun tidak sepenuhnya yang ditampilkan itu adalah identitas sebenarnya. *Facebook* dapat membuat seseorang menjadi berarti di dunia metropolis yang semakin membengkak populasinya, dimana keberadaan diri seseorang seringkali diabaikan. Melalui layanan *Facebook*, seseorang bisa tampil dan membangun kepercayaan dirinya, misalnya dengan memasang foto-foto diri, memasang karya tulisannya, dan lain-lain. Sedangkan pengaruh negatifnya, antara lain orang yang tidak bijak memanfaatkan *Facebook* akan terkurung dalam narsisme individual dan terisolasi dari dunia nyata. Pengguna *Facebook* yang sudah kecanduan layanan ini akan merasa sudah mempunyai banyak teman di dunia maya, kemudian enggan menjalin relasi dengan orang-orang di sekitarnya, sehingga hidup menjadi terkurung dalam dunia virtual.

Manusia adalah makhluk yang ingin diperhatikan. Dalam piramida psikologis manusia disebutkan, pencapaian dan penghargaan orang lain merupakan kebutuhan tertinggi setelah aktualisasi diri. Untuk mendapatkan pengakuan dan status, seseorang termotivasi untuk melakukan interaksi sosial. *Facebook*, sebuah jejaring sosial dunia maya, memungkinkan seseorang menjadi "selebriti kecil-kecilan" di dunia maya. Di akun *Facebook*, orang bisa menjelaskan dirinya melalui ekspresi pemikiran, foto diri, dan rangkaian kegiatan dari bangun pagi hingga menjelang tidur (Bey, 2009). Para pengguna layanan *Facebook* dapat menampilkan profil yang dibuat seindah dan seindah mungkin pada situs tersebut untuk dilihat oleh teman-teman atau siapapun, menuliskan ungkapan isi hati ataupun kegiatan yang sedang dilakukan pada dinding (*wall*) halaman profil setiap hari, bahkan setiap jam. Selain itu, sering kali mengunggah (*upload*) foto diri sebanyak mungkin, biasanya foto yang paling menarik. Hal tersebut dilakukan seolah-olah profil pengguna layanan *Facebook* adalah wajah si pengguna sendiri yang harus dipermak sebaik mungkin, sebagaimana pengguna ingin terlihat cantik atau tampan (Mendatu, 2009). Para pengguna layanan *Facebook* juga dapat melihat dan dilihat oleh orang lain, mengetahui dan diketahui orang lain, serta mengomentari dan dikomentari orang lain tanpa ada yang melarang (Suwarna, 2009).

Pengguna layanan situs jejaring sosial pun lebih banyak anak muda dibandingkan dengan orang yang lebih tua, dimana 75% anak muda dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun menggunakan layanan situs jejaring sosial tersebut (Lenhart, 2009). Rentang usia yang disebutkan di atas merupakan usia rata-rata mahasiswa, terutama mahasiswa tingkat Strata 1. Jumlah pengguna *Facebook* di seluruh dunia hingga bulan November 2009 mencapai 316,402,840 orang, sedangkan di Indonesia

pengguna *Facebook* mencapai angka 11,759,980 orang (<http://www.checkFacebook.com>).

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya mengenai kecenderungan narsisisme dalam situs jejaring sosial yang telah dipaparkan di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah “Bagaimanakah deskripsi fenomena keinginan menampilkan diri pada mahasiswa melalui layanan situs jejaring sosial *Facebook*?”

Mengacu dari rumusan masalah tersebut, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan mengadakan penelitian berjudul : “Fenomena keinginan menampilkan diri pada mahasiswa melalui layanan situs jejaring sosial *Facebook*.”

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui deskripsi fenomena keinginan menampilkan diri pada mahasiswa melalui layanan situs jejaring sosial *Facebook*, yang dapat diketahui melalui:

1. Deskripsi lama menggunakan *Facebook*.
2. Deskripsi rata-rata terakhir kali mengecek akun *Facebook*, intensitas mengecek akun *Facebook*, dan intensitas meng-*update* status.
3. Deskripsi jumlah teman dan jumlah teman akrab dalam akun *Facebook*, serta cara berinteraksi di *Facebook*.
4. Deskripsi intensitas *upload* foto, intensitas mengganti *profile picture*, serta jumlah foto.
5. Deskripsi media yang digunakan untuk membuka *Facebook* dan tempat mengakses internet.
6. Deskripsi rata-rata uang saku dan biaya internet perbulan.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini selain berguna bagi perkembangan ilmu psikologi, juga berguna antara lain:

1. Bagi mahasiswa

Sebagai acuan untuk memberikan gambaran mengenai fenomena keinginan menampilkan diri pada mahasiswa melalui layanan situs jejaring sosial *Facebook*, sehingga dapat lebih memahami bahwa situs jejaring sosial dapat digunakan sebagai media untuk menyalurkan keinginan menampilkan diri secara *online* melalui internet.

2. Bagi masyarakat

Sebagai wacana ilmiah mengenai gambaran fenomena keinginan menampilkan diri pada mahasiswa melalui layanan situs jejaring sosial *Facebook*, sehingga dapat menyikapi munculnya pergeseran nilai dengan bijaksana.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai masukan dan acuan mengenai gambaran fenomena keinginan menampilkan diri pada mahasiswa melalui layanan situs jejaring sosial *Facebook*, sehingga dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya.