

**MEMAHAMI KETERBUKAAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI
DALAM PERCAKAPAN ONLINE**
(Studi Kasus Percakapan *Online* dari Situs Jejaring Sosial *Facebook* di
Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang)

Uswatun Kasanah
(raswarcapung@gmail.com)
Alumni Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang

Abstract

The study aims to find the openness of interpersonal communication and a process of exchange of stimulation in online conversation of facebook social network Sites among students of Communication Science Semarang of University. The theory used in the study is Technological Determinism Theory which states that the changes that occur in a variety of ways to communicate will also make up the existence of mankind itself. The study can it is concluded that the openness of interpersonal communication in online conversation is open wide among students of Communication Science. Since Facebook overcomes the limitations of distance and physical and it is possible to the user to communicate without seeing face to face. Self disclosure through online conversations is far more familiar than the face to face communication. It means that the users of chatting facility do not hesitate to open their selves and talk about serious matter of their lives.

Keywords: *Interpersonal communication, facebook social network, Technological Determinism Theory.*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Manusia perlu berinteraksi dengan orang lain dalam usaha memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara disadari ataupun tidak, setiap manusia bahkan sejak dalam kandungan telah melakukan komunikasi. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara verbal (mengalihkan kata-kata) tetapi juga dapat dilakukan secara *non-verbal* (isyarat, simbol, dan gerak tubuh). Perkembangan teknologi komunikasi saat ini memungkinkan manusia tidak lagi berkomunikasi melalui tatap muka, namun kini juga dapat dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan konektivitas internet sebagai medianya. Dengan menggunakan media, komunikasi berlangsung secara cepat dan memungkinkan manusia untuk memilih media apa sebagai alat komunikasi. Oleh karenanya manusia

tidak bisa terhindarkan dari keberadaan media, bahkan dapat dikatakan komunikasi tidak akan bisa semudah seperti sekarang ini jika tidak ada kemajuan teknologi yang begitu pesat.

Berbicara internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Manusia bisa berhubungan dengan orang lain walaupun beda benua. Internet telah tumbuh sedemikian besar sebagai alat informasi dan komunikasi yang tidak dapat diabaikan. Kini dengan keberadaan internet setiap orang dapat memiliki media sendiri untuk menyampaikan pesan.

Komunikasi dengan menggunakan media internet atau *Computer Mediated Communication (CMC)* merupakan *text based-communication* atau komunikasi yang berdasarkan teks. Artinya,

komunikasi dilakukan dengan mengetikkan teks-teks yang akan muncul pada layar komputer yang akan diterima orang lain sebagai suatu pesan, kita akan menerima umpan balik dari orang tersebut dengan melihat teks-teks yang dituliskan. Apabila kita berada di dunia maya, maka kita bisa melihat apa yang sedang dilakukan oleh orang yang berada di kamar *chatting*. Dengan membaca teks-teks pesan yang muncul, maka kita akan tahu bahwa orang-orang di dalam kamar-kamar *chatting* itu tengah mengekspresikan diri, mereka sibuk bersenda gurau, berdebat, berbisnis, saling memberi nasehat, bermesraan atau sekedar bercakap-cakap tentang cuaca.

Sementara itu, mengekspresikan diri adalah mengungkapkan apa yang ada dalam hati dan pikiran kita kepada orang lain, aktifitas seperti itu terjadi jika komunikasi antara individu yang saling berinteraksi telah mencapai taraf dimana kedua belah pihak mau saling membuka diri. Sedangkan keterbukaan adalah pengungkapan jujur mengenai informasi tentang diri kita yang biasanya disembunyikan kepada orang yang kita ajak berkomunikasi.

Menurut Rheingold di dalam bukunya *Virtual Community* orang-orang dalam CMC atau yang disebutnya sebagai komunikasi virtual menggunakan kata-kata pada layar komputer untuk saling bersenda gurau dan berdebat dalam suatu wacana intelektual, melakukan pandangan, saling tukar pengetahuan, saling membagi dukungan emosional, saling sumbang gagasan, gosip, rayuan dan percakapan yang tidak ada ujung pangkalnya. Orang-orang yang melakukan CMC melakukan hampir semua yang dapat dilakukan dalam kehidupan nyata, akan tetapi tidak membawa tubuh mereka kedalamnya (Yasraf, 1999: 63).

Saat pertama kali melakukan komunikasi tatap muka atau bertemu langsung dengan lawan bicara maka

mereka akan mengalami perasaan gugup dan canggung. Menurut Charles R. Berger (1973), informasi pada tahap perkenalan dapat dikelompokkan pada tujuh kategori: (1) informasi demografis; (2) sikap dan pendapat: tentang orang atau objek; (3) rencana yang akan datang; (4) kepribadian; misalnya, "*Bagaimana Anda menghadapi kenaikan harga sekarang ini?*"; (5) perilaku pada masa lalu, misalnya, "*Mengapa Anda sekolah di SMP Katholik?*"; (6) orang lain; misalnya, "*Apakah Anda kenal dengan Arko Sukatendel?*"; (7) hobi dan minat (Rakhmat, 1999: 126).

Komunikasi menggunakan CMC cenderung lebih terbuka, bersifat instan, memungkinkan membicarakan yang lebih pribadi atau intim, pesan yang disampaikan relatif tidak ada kejujuran. Dalam situasi tertentu CMC dapat melampaui level efeksi dan emosi interaksi *face to face* dan derajat intimasi antar individu. Hal tersebut bisa dilihat dari *word choice* atau pilihan kata yang dituliskan.

Dengan melakukan komunikasi melalui percakapan *online* dengan pembicaraan yang bersifat instan maka informasi yang didapat tidak semuanya benar. Lebih cenderung tidak ada kejujuran selama pembicaraan itu berlangsung, karena mereka menganggap bahwa tidak diperlukan kejujuran dalam pembicaraan ini, bahkan mereka mengarang keadaan yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Mereka bisa menjadi orang lain di dalam percakapan itu, bisa menyamar sesuai dengan keadaan yang mereka inginkan, dengan tujuan untuk mendapatkan simpati dari lawan bicara.

Dengan latar belakang tersebut maka menarik untuk diteliti bagaimana memahami keterbukaan komunikasi antarpribadi dalam percakapan *online*. Dalam penelitian ini percakapan *online* yang dimaksud adalah *facebook*.

Facebook diciptakan Mark Elliot Zuckerberg yang berfungsi sebagai situs jejaring sosial yang bisa menghubungkan penggunanya dengan orang-orang yang berada di dunia maya. Peneliti memilih *facebook* karena penggunaan *facebook* di Indonesia sendiri populer baik dikalangan anak muda maupun orang tua. Selain itu dari semua media sosial yang ada di negara kita saat ini seperti *friendster*, *blog*, *facebook* sampai *twitter*, *facebook* merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat kita sampai saat ini.

Menurut Kompas, 13 Januari 2010 memberitakan bahwa Indonesia menduduki *ranking* kedua dalam penggunaan *facebook* di seluruh dunia. Penggunaan *facebook* di Indonesia tumbuh cepat, dan saat ini menempati urutan pertumbuhan tercepat kedua di dunia dari sisi jumlah pengguna. Posisi Indonesia berada dibawah AS yang juga merupakan pengguna *facebook* terbanyak di dunia.

Fakta ini bisa dilihat dari survei *Inside facebook* yang dilakukan oleh *E-Marketer*. Berdasarkan survei ini, jumlah pengguna *facebook* di Indonesia naik 1.431.160 pengguna dalam sebulan terakhir. Peningkatan pengguna ini diamati dari data peningkatan pada tanggal 1 Desember 2009 dan 1 Januari 2010. Pada 1 Desember 2009, *E-Marketer* mencatat jumlah pengguna *facebook* di Indonesia 13.870.120 pengguna, sedangkan pada 1 Januari 2010 sebesar 15.301.280 pengguna. Indonesia hanya satu peringkat di bawah AS yang mencatat kenaikan jumlah pengguna 4.576.220 pengguna dalam periode yang sama dari 98.105.020 menjadi 102.681.240 pengguna (Kompas, 2010). Selain itu, *facebook* mempunyai fasilitas yang sama dengan situs-situs jejaring sosial lain. Untuk itu sangat menarik diteliti lebih lanjut mengenai keterbukaan komunikasi antar pribadi dalam percakapan *online*.

Berdasarkan gagasan-gagasan pada latar belakang di atas, maka poin-poin permasalahan yang ingin diangkat adalah:

1. Bagaimanakah keterbukaan komunikasi antarpribadi dalam percakapan *online* pada jejaring sosial *facebook* dikalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang?

2. Bagaimana proses pertukaran stimuli dan respon dalam percakapan *online* pada jejaring sosial *facebook* dikalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Perspektif Interpretif

Penelitian mengenai memahami keterbukaan komunikasi antarpribadi dalam percakapan *online* ini dikaji dengan menggunakan perspektif *interpretif*, yang menurut catatan Littlejohn disebut dengan *genre interpretif theory* (Littlejohn, 1999: 15). Persepektif atau aliran ini mencangkup teori-teori yang berusaha menemukan makna dari suatu tindakan atau teks, menerapkan proses terjadinya suatu pemahaman, dan membuat perbedaan antara pemahaman dan penjelasan ilmiah. Tujuan dari interpretasi ini, bukan menemukan hukum-hukum yang mengatur peristiwa, melainkan berusaha mengungkapkan cara-cara orang dalam memahami pengalaman mereka. Para pemuka teori *interpretif* sangat mengunggulkan subjektivitas, memberikan tempat pada pengalaman individu, menganggap sangat penting pemaknaan individu terhadap suatu peristiwa.

2.2. *Technological Determinism Theory*

Technological Determinism Theory merupakan teori utama yang digunakan dalam penelitian yang berjudul Memahami Keterbukaan Komunikasi Antarpribadi dalam Percakapan *Online*. Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962

dalam tulisannya *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat. Dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain.

McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak. *Pertama*, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. *Kedua*, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. *Ketiga*, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa "*Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri*".

Media tak lain adalah alat untuk memperkuat, memperkeras dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru yang kita betul-betul dipertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia (Nurudin, 2003: 174-175).

Pemikiran McLuhan yang paling terkenal sekaligus yang paling banyak menimbulkan perdebatan mengenai maknanya adalah ungkapannya yang menyebutkan bahwa media adalah pesan (*the medium is the message*). Melalui ungkapan itu, McLuhan ingin menyatakan bahwa pesan yang disampaikan media tidaklah lebih penting dari media atau saluran komunikasi yang digunakan pesan untuk sampai kepada penerimanya. Dengan kata lain, dia ingin menjelaskan bahwa media atau saluran komunikasi memiliki kekuatan dan memberikan

pengaruhnya kepada masyarakat, dan bukan isi pesannya. Orang yang *chatting* di internet atau berkomunikasi melalui *facebook* bisa jadi tidak terlalu mementingkan isi pesan yang mereka terima atau isi pesan yang akan mereka tulis, tetapi kenyataan bahwa mereka menggunakan internet atau *facebook* itulah yang penting.

Menurut McLuhan, dalam menggunakan media, orang cenderung mementingkan isi pesannya saja dan orang sering sekali tidak menyadari bahwa media yang menyampaikan pesan itu juga mempengaruhi kehidupannya. Menurutnya, media membentuk dan mempengaruhi pesan atau informasi yang disampaikan. Suatu pesan yang disampaikan melalui radio memberikan pengaruh berbeda jika pesan tersebut disampaikan melalui televisi (Morissan, 2010: 39).

Pengaruh teknologi media pada masyarakat menjadi gagasan utama dari teori ekologi media. Tiga asumsi yang menjadi landasan teori tersebut, yaitu:

- Media mempengaruhi setiap perubahan atau tindakan dalam masyarakat (*media infuse every act and action in society*);
- Media memperbaiki persepsi kita dan mengelola pengalaman kita (*media fix our perception and organize our experiences*);
- Media mengikat dunia bersama-sama (*media tie the world together*).

Asumsi pertama menekankan pada gagasan bahwa dalam kehidupannya, orang tidak dapat melarikan diri dari media, media mampu menembus ke dalam kehidupan manusia yang paling dalam. Orang tidak dapat menghindari atau melarikan diri dari media, terlebih lagi jika kita menggunakan padangan McLuhan yang lebih luas tentang media yang tidak saja terbatas pada media tradisional (radio, TV, film, dan lain-lain), tetapi juga pada hal-hal yang memberikan

pengaruh dalam kehidupan manusia dan masyarakat.

Asumsi kedua dari teori ini menegaskan bahwa manusia secara langsung dipengaruhi media. Para ahli teori ekologi media percaya bahwa media mampu memperbaiki persepsi dan mengelola pengalaman kita sebagai manusia. McLuhan menyatakan bahwa media memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi pandangan kita terhadap dunia. Jika seseorang menonton televisi yang menayangkan berita pagi mengenai kejahatan perampokan yang disertai pembunuhan, maka ia kemungkinan besar akan menceritakan hal itu kepada rekan kerjanya di kantor dan membicarakan hal itu dengan cukup serius.

Menurut McLuhan, orang bersangkutan telah memulai harinya berdasarkan jenis berita yang ditontonnya. Ia merasa perlu untuk lebih waspada dan mudah curiga terhadap orang lain yang baru dikenalnya akibat menonton berita mengenai kejahatan, orang menjadi termanipulasi oleh televisi. Sikap dan pengalaman kita dipengaruhi secara langsung oleh apa yang kita lihat di televisi, dan sistem kepercayaan seseorang tampaknya juga dapat dipengaruhi secara negatif oleh televisi. McLuhan juga menyatakan bahwa televisi memberikan pengaruh besar dalam perubahan nilai-nilai kekeluargaan.

Asumsi ketiga dari teori ekologi media menyebutkan bahwa media mengikat dunia bersama-sama. McLuhan menggunakan istilah *global village* untuk menjelaskan bagaimana media mengikat dunia menjadi satu sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya global. Pada masa ketika media massa belum melampaui batas-batas negara dan pengguna internet masih sangat terbatas, McLuhan telah memperkirakan bahwa media mampu menyatukan dunia ke dalam budaya populer dan global. Menurutnya, media mampu menjadikan

dunia tak lebih sebuah desa atau kampung. Singkatnya media mampu secara sosial mengelola berbagai masyarakat yang ada di dunia.

Mereka yang tinggal di desa global menerima informasi dengan sangat cepat, hal ini menimbulkan kesadaran untuk peduli dengan masalah orang lain, sebagaimana sebuah desa atau kampung yang memiliki warga yang mengenal dan peduli dengan orang lain. Masalah yang muncul di suatu negara dapat menjadi masalah dan keprihatinan bagi negara lain, pencemaran lingkungan atau munculnya wabah penyakit di suatu negara akan dapat dengan mudah mempengaruhi negara lain. Banjir di Eropa, kelaparan di Afrika, dan perang di Timur Tengah akan mempengaruhi Amerika, Cina, dan Indonesia. Singkatnya, masalah orang lain akan melibatkan kita dan masalah kita akan melibatkan orang lain. Kita tidak lagi dapat hidup terisolir. Semua ini terjadi berkat media (Morison, 2010: 38-39).

2.3. Komunikasi

Kata atau istilah “komunikasi” (Bahasa Inggris “*communication*”) berasal dari bahasa latin “*communicatus*” atau *communication* atau *communicare* berarti “berbagi” atau menjadi milik bersama”. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya bertujuan untuk mencapai kebersamaan.

Harold Laswell mendefinisikan komunikasi pada dasarnya suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” dengan saluran apa “kepada siapa”, dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”. (*who says in which channel to whom and with what effect*). Definisi Lasswell, secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu:

- Siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber);
- Mengatakan apa (isi informasi yang disampaikan);

- Kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima);
- Melalui saluran apa (alat/saluran penyampaian informasi);
- Dengan akibat atau hasil apa (hasil yang terjadi pada diri penerima) (Riswandi, 2009: 3).

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang akan memberikan umpan balik (*feed back*) terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Umpan balik memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang di utarakan oleh komunikator, oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif atau negatif. Setelah itu akan menimbulkan *impact* yaitu tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator terhadap isi pesan, yang dapat menimbulkan reaksi dari kedua belah pihak (Marhaeni Fajar, 2009: 59).

2.4. Komunikasi Antarpribadi

Joseph A. Devito dalam bukunya "*The Interpersonal Communication Book*" mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai: "*Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika*". Berdasarkan definisi itu, komunikasi antarpribadi dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berduka-duka atau antara dua orang dalam suatu pertemuan. Pentingnya situasi komunikasi antarpribadi ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara *dialogis*, di mana selalu lebih baik daripada secara *monologis*. Monolog menunjukkan suatu bentuk komunikasi di mana seorang berbicara, yang lain

mendengarkan, jadi tidak terdapat interaksi.

Komunikasi antarpribadi dapat digunakan untuk berbagai tujuan dan akan dibahas enam tujuan komunikasi antarpribadi yang dianggap penting. Satu hal yang perlu diperhatikan dalam tujuan komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita (Marhaeni Fajar, 2009: 78).

2.5. Computer Mediated Communication (CMC)

Teori pendamping yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Computer Mediated Communication* (CMC). Sekarang ini kita semua mulai akrab dengan dunia teknologi komunikasi yang sering dianggap rumit. Komputer misalnya, kini telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi banyak orang. Dengan kemampuan komunikasi teknologi tinggi seperti ini, tampaknya segala sesuatu menjadi mungkin diperoleh melalui komunikasi insani, dan tak dapat diragukan lagi bahwa pengaruhnya amat besar bagi komunikasi insani (Mulyana, 2001: 20-21).

Cyberspace merupakan salah satu teknologi komunikasi berupa media yang memberikan sarana dimana perasaan seseorang dibawa dari dunia fisik yang mengacu pada *Computer Mediated Communication* (CMC), jaringan di mana kata-kata dan grafik dihadirkan bersama, dan persahabatan serta kekuatan hubungan dinyatakan (Jones, 1995: 38).

Komunikasi dengan menggunakan media internet atau *computer mediated communication* (CMC) merupakan *text based communication* atau komunikasi berdasarkan teks. Artinya komunikasi dilakukan dengan mengetikkan teks-teks

yang akan muncul pada layar komputer yang akan diterima orang lain sebagai suatu pesan, kita akan menerima umpan balik dari orang tersebut dengan melihat teks-teks yang dia tuliskan.

CMC merupakan sebuah perluasan dari hubungan antarpribadi atau institusional secara *online*, maka *interlocutors* tidak memiliki relasi *off-line* dan identitas hanya ada di *online*, maka mereka disebut sebagai *avatars*. CMC atau komunikasi berbasis komputer ini mempunyai keuntungan tersendiri diantaranya adalah tidak adanya pola diskriminasi komunikasi yang didasarkan pada keadaan sosial seperti gender, ras, status sosial ekonomi. CMC juga mempertinggi interaksi seseorang dengan orang lain yang tidak terbatas pada tempat, waktu, luas bidang yang diperbincangkan atau dengan kata lain interaksi yang bersifat multi dimensional serta tidak lagi terganggu oleh batas-batas konvensional dalam berinteraksi (Agus Raharjo, 2002: 95-96).

Dalam teori proses informasi sosial Walther, menjalin hubungan melalui *Computer Mediated Communication* (CMC), waktu menjadi faktor yang sangat krusial. Hal ini dikarenakan para pengguna harus belajar terbiasa menggunakan suatu media, untuk mengenal satu sama lain dan membangun kepercayaan dan pertemanan melalui CMC. Dalam CMC, proses mengurangi ketidak pastian berlangsung lebih dibanding dengan komunikasi *face to face*. Tidak adanya kedekatan dalam jarak dan informasi visual dapat diatasi dengan bertemu secara nyata atau bertukar foto baik secara elektronik maupun dalam surat kabar (Parks dan Floyd, 1996:84).

Seperti yang kita ketahui bahwa *Computer-Mediated Communication* (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang

berbeda. Hal yang dimaksud di sini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipan CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet. Sebenarnya, bukan hanya komputer dan jaringan internet saja, namun dalam komputer tersebut harus terdapat program atau aplikasi tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya. Sebut saja *Instant Messenger*, pada era globalisasi ini, *Instant Messenger* sudah semakin mendunia. Seperti yang sedang marak saat ini, *Yahoo Messenger*, *facebook*, *friendster*, *MSN Messenger*, *Google Talk Messenger*, *ICQ*, dan lain sebagainya. Hal ini membuat CMC semakin mempunyai pengaruh besar dalam membentuk komunikasi yang efektif di dunia internet. Fenomena-fenomena lain di dalam CMC juga terjadi setelah terdapat teknologi *3G*, *Mobile Phone*, *Smart Phone*, *Personal Digital Assistant* dll (<http://komunikasiindonesia.org/2009/10/computer-mediated-communication/>).

Salah satu bentuk aplikasi dunia maya adalah *facebook* yang hadir menawarkan kemudahan berkomunikasi. *Facebook* adalah situs jejaring sosial yang bisa menghubungkan penggunanya dengan orang-orang yang berada didunia maya. Jejaring sosial (*social network*) adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Situs-situs jejaring sosial sangat bermanfaat bagi pegawai pemasaran karena menyediakan sejumlah layanan untuk berinteraksi dengan

pelanggan, misalnya melalui *pug-in applicottion*, *group*, dan halaman *fan*. Setiap jejaring sosial menyuguhkan kesempatan dan tantangan tersendiri. Para pengguna situs individual mempunyai perilaku komersial (*commercial behavior*) yang berbeda (Zarella, 2010: 51).

Facebook bukanlah situs jejaring sosial petama di Indonesia. Sebelumnya ada *friendster*, situs jejaring sosial pertama di dunia, yang di tahun 2008 merupakan situs jejaring sosial paling populer di Indonesia. Terhitung sekitar 60% pengguna internet Indonesia adalah pengguna *friendster* (Friendster, 2008). Sampai saat ini, pengguna *friendster* terbanyak masih dipegang Indonesia, yaitu 18% dari seluruh pengguna *friendster*. Tapi secara keseluruhan, popularitas *friesndster* di Indonesia menurun drastis menjadi peringkat 93, sementara popularitas *friendster* di seluruh dunia juga menurun, dari situs jejaring sosial nomor tiga teratas turun menjadi nomer 913 (Alexa.com dalam Zarella, 2011: 9).

Alasan perpindahan pengguna ke situs jejaring *facebook* dari *friendster* dimungkinkan oleh interaksi yang dirasa lebih menarik dan dirasakan lebih mudah oleh para pengguna. *Friendster* awalnya telah mengenalkan pola pertemanan dengan *friend request*-nya, namun *facebook* telah mengembangkannya dengan lebih banyak fitur yang mencakup mayoritas interaksi yang bisa dilakukan via internet, yaitu *chatting* (menggantikan interaksi tatap muka), *wall*, *command*, *games*, info (profil pengguna), *notes* (*blogging* yang bisa dipublikasikan untuk kalayak pilihan pengguna), *photo*, *links*, *event*, *applications* (termasuk yang bisa dibuat sendiri oleh pengguna), *message* (bentuk *email*) *friends requist*, *notifications*, dan *privacy setting* yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, dan masih banyak *fitur* lainnya yang terus

dikembangkan. Pengintegrasian aplikasi *sharing facebook* dengan situs-situs lain juga menjadi daya tarik sendiri bagi penggunanya. Contohnya adalah adanya pilihan untuk *sharing* video dari *facebook* ataupun *sharing* berita dari situs berita *online*. Selain itu, para penggunapun diberikan fasilitas untuk membangun aplikasi mereka sendiri yang bisa *di-share* dan dipergunakan oleh pengguna lainnya. Mungkin *fleksibilitas facebook* untuk mencoba merambah ke segala bentuk interaksi manusia merupakan salah satu kunci dari kesuksesannya menarik pengguna internet (Zarella, 2010: 144-145).

2.6. Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*)

Dalam penelitian ini peneliti mencoba menggali pengalaman individu dalam mengungkap diri lewat internet dan memaknai pengungkapan diri tersebut sebagai suatu keterbukaan dalam proses komunikasi antarpribadi. Dengan diperkenalkan teknologi jaringan komputer pribadi (*personal computer*) memudahkan terjadinya kontak komunikasi antar manusia yang menjadi hubungan interpersonal dengan rekan, teman, keluarga, kekasih dan lainnya. Ruang obrol dan kelompok diskusi memberi ketersediaan ruang terhadap orang asing dan mengembangkan hubungan interpersonal baru. Oleh karenanya *Computer Mediated Communication* (CMC) mewujudkan dua tujuan komunikasi interpersonal yaitu menjalin kontak dengan orang asing dan akhirnya tercipta hubungan interpersonal baru dan mempertahankan (memelihara) hubungan lama yang telah terbentuk sebelumnya (Beebe, 2005: 359).

Pengungkapan diri secara *online* seringkali membuat keterbukaan meningkat dalam satu konteks. Rheingold (dalam Joinson-Paine, 2010: 7) menyatakan bahwa sebuah hubungan baru yang sangat intim dapat dibentuk di dunia maya karena tidak adanya keterbatasan.

Anonimitas visual dan jarak berkorelasi terhadap unsur tersebut. Teknologi baru (internet) menuntut orang untuk bersikap lebih terbuka diri mereka (Joinson-Paine, 2010: 3). Orang akhirnya seringkali jauh lebih akrab di dunia maya tanpa intermediasi layar dan nama samaran. Wallace (dalam Joinson-Paine, 2010: 7) juga berpendapat bahwa kecenderungan untuk mengungkapkan diri melalui media komputer lebih mudah dilakukan daripada di kehidupan yang sebenarnya. Perangkat pengumpulan data juga membuat informasi pribadi lebih diperlakukan sebagai komoditas dan bukan sebagai sesuatu yang dimiliki oleh seorang individu.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Bentuk dan Strategi Penelitian

Bentuk dan strategi penelitian yang berjudul Memahami Keterbukaan Komunikasi Antarpribadi dalam Percakapan *Online* ini merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan perspektif *interpretive*. Menurut F. L. Whitney, penelitian deskriptif dipakai untuk mencari data melalui interpretasi secara tepat (Nazir, 2003: 54). Peneliti berusaha mengkaji dan menganalisis secara terperinci, mengenai keterbukaan yang dialami oleh subyek penelitian ini (individu yang menggunakan *facebook* sebagai media untuk mengungkapkan diri, mempertahankan dan mengembangkan hubungan sehingga dapat memberikan deskripsi secara utuh mengenai pengalaman subyek tersebut.

3.2. Data dan Sumber Data

✓ Data Primer

Merupakan data utama yang diperoleh langsung dari *key informan* yang sekaligus merupakan subyek penelitian ini melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) yang dipilih secara *purposive* dengan menggunakan *interview guide* sebagai pedoman wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa

Universitas Semarang program studi S1 Ilmu Komunikasi, dengan karakteristik sampel sebagai berikut:

- Mahasiswa Universitas Semarang jurusan Ilmu Komunikasi yang tercantum di daftar teman di *facebook* peneliti.

- Aktif menggunakan *facebook*, ditandai dengan:

- Mempunyai akun *facebook* minimal 2 tahun.

- Membuat status di *facebook* minimal 1 kali dalam 1 hari.

- Melakukan aktifitas *chatting* dalam *facebook* setiap hari (minimal 1 jam/ hari).

✓ Data Sekunder

Merupakan data terkumpul dari sumber-sumber keputusan dan sumber-sumber lain yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti seperti: buku, jurnal penelitian, artikel, surat kabar dan *internet*. Data sekunder tersebut dimanfaatkan untuk interpretasi, pengkajian, penelaahan, analisis masalah penelitian dan juga untuk pengembangan kerangka pemikiran.

3.3. Teknik Sampling

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006: 131). Untuk memilih sampel (dalam hal ini informasi kunci atau situasi sosial) lebih tepat dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Teknik ini mendasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu informan yang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam subjek penelitian. Jadi ciri-ciri atau sifat-sifat spesifik yang ada dalam subyek penelitian, dijadikan kunci untuk pengambilan jumlah informan (Achmadi, 2002: 116). Berdasarkan pada pertimbangan teoritik tersebut, maka penelitian kualitatif ini tidak dipersoalkan jumlah informannya. Dalam hal ini, jumlah informan bisa sedikit tetapi juga bisa banyak, tergantung sampai tercapainya tujuan penelitian. Kriteria dalam memilih orang-orang tertentu dari

populasi sasaran dengan kriteria tertentu untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu:

- Mahasiswa Universitas Semarang jurusan Ilmu Komunikasi yang tercantum di daftar teman di *facebook* peneliti;

- Aktif menggunakan *facebook*, ditandai dengan:

- Mempunyai akun *facebook* minimal 2 tahun;

- Membuat status di *facebook* minimal 1 kali dalam 1 hari;

- Melakukan aktifitas *chatting* dalam *facebook* setiap hari (minimal 1 jam/hari).

Sesuai dengan kriteria diatas, maka peneliti menentukan sampel sebanyak 4 (empat) orang yang diambil dari 40 teman dalam jejaring sosial *facebook* peneliti, yang sesuai dengan kriteria sampel untuk mewakili penelitian ini. *Sample* dalam penelitian ini adalah Tedy Tendollars (Aditya Oktendi Saputra), Winny Rizal Pranata, Syvia Imma Hussein (Immaratus Syfiah), Shaun Sheep (Wiko Marvianto).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini akan diperoleh dari kegiatan wawancara mendalam (*indepth-interview*) dengan subyek penelitian ini yang berusaha melakukan interpretasi atau memberikan makna terhadap pengalamannya dalam mengungkapkan diri di internet sebagai suatu proses komunikasi antarpribadi untuk mempertahankan dan mengembangkan hubungan. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka instrumen untuk melakukan wawancara adalah penelitian sendiri dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) yang tidak terstruktur dan bersifat *open-ended*. Pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya *open-ended* tersebut merupakan sarana yang paling efektif untuk memahami otentisitas pengalaman individu. Hasil wawancara ini direkam dengan *audiotape*, mp3 dan dicatat sebagai transkrip wawancara.

Disamping wawancara juga dilakukan studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dan informasi yang berasal dari sumber tertulis seperti surat kabar, buku-buku, majalah dan sebagainya (Sutopo, 2002: 35).

3.5. Validitas Data

Suatu alat ukur dikatakan *valid* apabila alat ukur tersebut mengukur apa yang ingin diukur (Singarimbun, 1989: 124). Memiliki kecemasan dan ketepatan dalam pengukuran atau mampu menunjukkan dengan tepat ukuran besar kecilnya gejala yang akan diukur. Setelah mendapatkan data yang cukup lengkap dan peneliti mulai menyusun laporan, maka unit-unit laporan yang telah disusun dikomunikasikan dengan *key informan*. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah laporan yang ditulis tersebut merupakan deskripsi atau sajian yang disetujui mereka, sehingga ada kesamaan pemahaman dari peneliti dan informan.

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Whitney (1960), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, terbentuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari situasi fenomena (Nazir, 2003: 193-206).

PEMBAHASAN

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) merujuk pada komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang, dan mungkin konteks komunikasi interpersonal merupakan konteks komunikasi yang paling luas dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Konteks interpersonal banyak membahas bagaimana suatu hubungan dimulai,

bagaimana mempertahankan suatu hubungan, dan keretakan suatu hubungan. Namun pada perkembangannya sebuah komunikasi interpersonal tidak saja harus berlangsung secara tatap muka, tidak saja memperlmasalahkan pada jarak dan keberadaan fisik ketika komunikasi itu berlangsung tetapi juga menekankan pada pesan apa yang kita sampaikan dengan partisipan lain (Berger, 1979: 53).

Konsep mengenai jarak (*distance*), waktu (*time*) dan ruang (*space*) merupakan konsep yang penting dalam interaksi sosial. Dalam berkomunikasi sering kali manusia dibatasi oleh ruang dan waktu, artinya pada saat yang sama orang tidak mungkin berada di dua atau lebih tempat yang berbeda. Internet yang menghadirkan dunia maya mengubah secara mendasar konsep tersebut. Artinya, jarak, waktu, dan ruang tidak lagi menjadi halangan untuk berkomunikasi.

Internet dan komunikasi berbasis CMC telah tumbuh begitu cepat dalam beberapa tahun terakhir, menjadi bentuk komunikasi untuk banyak orang yang hampir ada dimanapun di segala penjuru dunia. CMC telah dianggap sebagai ruang sosial baru yang dihuni oleh orang-orang yang terhubung ke internet melalui berbagai fasilitas yang ditawarkan seperti jejaring sosial *facebook*. Seperti yang kita ketahui *facebook* adalah jejaring sosial yang bisa menghubungkan kita kepada semua orang yang berada dibelahan dunia. Komunikasi menggunakan *facebook* ini telah mendorong perkembangan komunikasi antarpribadi secara *online* baik dalam bentuk hubungan pertemanan maupun hubungan *romance*.

Di samping perkembangan yang telah dicapai, banyak orang percaya bahwa dengan keterlibatan anonimitas dalam komunikasi *online*, sepertinya menjadi kurang jujur mengenai dirinya yang sebenarnya yang cenderung mendorong orang untuk melakukan keterbukaan yang lebih besar dari pada yang mungkin terjadi

dalam komunikasi tatap muka. Perihal keterbukaan secara *online* dalam kaitannya dengan proses komunikasi antarpribadi ini sesuai dengan *technological determinism theory* yang dikemukakan oleh McLuhan yang mengatakan bahwa, *pertama*, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. *Kedua*, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. *Ketiga*, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa “ *Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri* ”.

Dalam komunikasi antarpribadi yang sedang berlangsung sering melibatkan pengungkapan diri para partisipan. Seseorang menyingkapkan diri pada orang lain di dorong oleh berbagai motif yaitu untuk mempertahankan atau untuk mengembangkan hubungan dengan mengusahakan agar orang lain tersebut selalu mengetahui keadaan dirinya setiap saat, untuk mengatur dan mengendalikan orang lain, atau untuk mengubah hubungan dengan membiarkan orang lain mengetahui sesuatu yang akan meningkatkan keakraban, kedalaman, dan keluasan hubungan mereka. Terkadang pengungkapan diri dapat bersifat menyimpang (Tubbes and Moss, 1996: 18).

Chatting dengan sendirinya menjadi tempat dimana individu-individu yang saling berinteraksi dan mengungkapkan diri mereka jauh lebih akrab dari pada komunikasi tatap muka (*face to face*). Hal tersebut bisa terjadi karena *chatting* merupakan media komunikasi yang terlalu terburu-buru. Artinya, para pengguna *chatting* ini tidak segan-segan membuka dirinya, membicarakan masalah serius dalam kehidupan nyata mereka dengan teman-teman *online*, meskipun mereka baru pertama kali berkenalan di ruang

maya tersebut. Disamping itu, anonimitas dalam *chatting* tersebut memberikan kebebasan bagi para partisipan untuk menceritakan rahasia-rahasia tanpa takut dibebankan kepada orang lain. Ada rasa tidak peduli bila rahasia tersebut pada akhirnya bocor, karena mereka tidak mengenal lawan bicara mereka di dunia nyata. Artinya identitas mereka yang asli merupakan rahasia terbesar pada partisipan tetap masih bisa mereka pegang.

Chatting atau ngobrol secara *online* di *facebook* bukanlah hal yang asing bagi pengguna internet baik di dunia maupun di Indonesia. *Facebook* menawarkan fasilitas *chatting* yang dapat menghubungkan penggunanya berada disatu tempat yang tidak bisa dipisahkan dengan jarak, ruang dan waktu. *Facebook* sendiri termasuk dalam "*Computer Mediated Communication*" atau CMC.

CMC atau komunikasi berbasis komputer mempunyai keuntungan tersendiri diantaranya adalah tidak adanya pola diskriminasi komunikasi yang didasarkan pada keadaan fisik dan sosial seperti *gender*, ras, status sosial ekonomi. CMC juga mempertimbangkan interaksi seseorang dengan orang lain yang tidak terbatas pada tempat, waktu, luas bidang yang diperbincangkan atau dengan kata lain interaksi yang bersifat multi dimensional serta tidak lagi tergantung oleh batasan-batasan konvensional dalam berinteraksi (Agus Raharjo, 2002: 95-96).

Chatting di *facebook* memiliki perbedaan-perbedaan dari komunikasi tatap muka. Hal yang paling mencolok adalah tidak adanya simbol-simbol nonverbal para partisipan yang ada hanya representasinya yang dituliskan oleh para partisipan seperti *emoticon*, padahal secara konvensional para peneliti dan kaum akademis memahami bahwa komunikasi antarpribadi melibatkan kehadiran fisik sehingga komunikasi

nonverbal dapat diamati antara para partisipan yang terlibat.

Dalam CMC, ketika para informan berkomunikasi dengan lawan bicara mereka, persepsi tentang diri lawan bicara mereka didasarkan pada perilaku komunikasi yang dapat diamati. Dalam hal ini berupa gaya atau cara lawan bicara dalam menuliskan pesa-pesan yang meliputi pemilihan kata, penggunaan huruf, penggunaan ekspresi emosi dan penggunaan *emoticon*. Lamanya para informan mengenal teman-teman *online* mereka yaitu satu sampai tiga tahun menurut peneliti tidak begitu berpengaruh besar dalam membentuk persepsi. Pengetahuan tentang teman *online* tidak berdasarkan lamanya mereka saling mengenal tetapi berdasarkan intensitas mereka bertemu dalam *chatting* dan berkomunikasi dengan menggunakan media lain.

Pengetahuan yang dimiliki oleh para informan mengenai teman *online* mereka menunjukkan bahwa hubungan mereka merupakan hubungan yang telah mencapai tahap akrab, karena mereka telah mengetahui informasi yang bersifat pribadi dari teman-teman *online* mereka. Disamping informasi yang bersifat psikologis, Miller dalam bukunya "*Exploration in Interpersonal Communication*" juga menyebutkan informasi yang bersifat kultural seperti keluarga, latar belakang pendidikan, hobi. Informasi yang bersifat sosiologis seperti masalah pribadi dan hal-hal yang lebih intim. Dua jenis informasi tersebut meliputi informasi tentang jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Dalam komunikasi menggunakan *facebook* informasi-informasi yang bersifat kultural merupakan informasi yang dangkal, abstrak dan umum. Pengalaman yang diungkapkan Wiko bahwa dia mengenal teman-teman *onlinenya* hanya sebatas informasi tentang keluarga dan latar belakang pendidikan, menunjukkan bahwa

hubungan akrab tidak dapat terbentuk dalam interaksi yang melibatkan banyak orang. Tubbes dan Moss menyebutkan bahwa hubungan akrab merupakan hubungan berkualitas tinggi yang biasanya hanya melibatkan dua orang.

Dalam CMC, meskipun para partisipan bisa berinteraksi dengan lebih dari satu orang dalam waktu yang bersamaan tetapi percakapan yang berlangsung antara informan dengan teman *online* yang satu tidak dapat diketahui oleh teman *online* yang lain. Artinya percakapan tersebut tetap merupakan percakapan yang bersifat pribadi yang hanya melibatkan dua orang.

Seringnya para informan bertemu dan berinteraksi secara *online* juga dapat menciptakan saling bergantung. Hal ini ditunjukkan dengan harapan para informan bertemu dengan teman *chatting* mereka pada saat mereka *online*. Pengalaman yang diungkapkan Tedy, bahwa setiap dia *online* yang diajak untuk *chatting* adalah Made Darma.

Para pakar komunikasi meyakini bahwa pengungkapan diri sangat efektif dalam mengembangkan hubungan yang akrab. Kadang-kadang pengungkapan diri terjadi dalam kecepatan yang tinggi, seperti ketika seseorang bertemu dengan orang lain dalam situasi yang relatif anonim atau asing, seperti dalam pesawat atau kereta api. Crable menyebutnya sebagai fenomena "*stranger on the train*". Fenomena tersebut biasanya terjadi hanya ketika orang yang mengungkapkan diri yakin bahwa komunikasi yang akan datang dengan orang tersebut kemungkinan besar tidak akan terjadi (Fisher, 1987: 149).

Komunikasi dengan menggunakan *facebook* menawarkan anonimitas kepada para informan sehingga fenomena *stranger on the train* juga dapat terjadi dalam CMC dan pengungkapan diri dapat terjadi sangat cepat. Namun menurut peneliti, berangkat dari fenomena tersebut,

jika pengungkapan diri terjadi secara timbal balik maka ada kemungkinan besar komunikasi tetap berlanjut di lain waktu.

Pengungkapan diri dapat terjadi dengan mudah dalam situasi-situasi tertentu. Konsep yang peneliti gunakan untuk mengkaji faktor-faktor yang mendorong pengungkapan diri adalah konsep yang dikemukakan oleh Joseph Devito. Menurut Devito pengungkapan diri terjadi dengan mudah tergantung pada jumlah orang yang terlibat, topik pembicaraan, *valensi*, *gender*, efek diadik dan perasaan menyukai (Devito, 1992: 114).

Karena adanya rasa takut yang dimiliki oleh seorang individu dalam mengungkapkan dirinya, kemungkinan besar pengungkapan diri cenderung terjadi pada komunikasi dalam kelompok kecil. Komunikasi dua orang (*dyad*) adalah keadaan yang paling umum dijumpai. Komunikasi dua orang nampaknya lebih sesuai untuk melakukan pengungkapan diri dibandingkan dengan komunikasi dengan banyak orang. Karena dengan komunikasi dua orang para informan akan cenderung lebih mudah dalam memfokuskan perhatian pada reaksi dan respon berkomunikasi dengan lebih dari satu orang dalam waktu yang bersamaan. Mereka tetap melakukannya dalam konteks *one to one*, meskipun bahan pembicaraan antara satu dengan lainnya berbeda-beda.

Komunikasi dua orang dapat memberikan kesempatan pada para informan untuk melakukan pengungkapan diri atau menanggapi respon dari teman-teman *onlinenya* secara hati-hati. Hal ini disebabkan adanya *feedback* atau respon yang ditunjukkan oleh teman-teman *online* mereka tidak terjadi secara bersamaan atau bahkan kadang-kadang terkesan lamban. Disamping itu karena adanya penundaan waktu, dan adanya isyarat jika lawan informan yang telah memberikan respon, para informan

mampu memfokuskan percakapan dengan melihat siapa yang memberikan respon terlebih dahulu.

Hal tertentu dari diri seorang informan yang kemungkinan bersedia diceritakan kepada teman *online* adalah seputar pekerjaan, hobi, umur merupakan informasi umum yang biasa diberikan oleh informan pada awal berinteraksi. Meskipun pada awal interaksi bisa saja para informan membicarakan masalah pribadi kepada teman *onlinenya*.

Sifat-sifat *chatting* bisa mendorong informan berbicara apapun termasuk hal-hal yang sudah tidak mungkin diungkapkan melalui interaksi tatap muka, mereka tetap melakukan pengungkapan diri selektif. Pengungkapan diri selektif disini bukan pengungkapan diri sebagai strategi untuk menciptakan kesan-kesan tertentu. Topik-topik yang bersifat pribadi diungkapkan jika hubungan yang terjalin sudah akrab, paling tidak komunikasi yang terjalin sudah sangat intensif. Menurut peneliti para partisipan CMC yang membicarakan topik-topik yang bersifat pribadi pada awal interaksi bisa dikatakan bahwa mereka melakukan pengungkapan diri secara ekstrim, dan biasanya tidak memiliki keinginan untuk menjalin suatu hubungan.

Berkaitan dengan topik pembicaraan yang biasa dilibatkan dalam aktifitas pengungkapan diri, peneliti merujuk pada teori penetrasi sosial yang dikemukakan oleh Altman dan Taylor, kedua pakar psikologi ini mengemukakan dimensi-dimensi pengungkapan diri yaitu *breadth* dan *depth* (Adler dan Town, 1987: 286-288). *Breadth* atau keluasan informasi merupakan keragaman topik yang dimiliki oleh para partisipan, berhubungan dengan perasaan dekat ini informan mengenal teman *onlinenya* pada area yang berbeda, semakin besar kemungkinan para informan mempersepsikan bahwa mereka mengenal teman *online* mereka. Sedangkan *depth* atau kedalaman

informasi merupakan jumlah informasi yang dipertukarkan dalam setiap topik dan lebih mengacu pada sikap-sikap personal, keyakinan dan nilai-nilai pribadi. Semua topik tidaklah sama, beberapa topik mungkin lebih bersifat pribadi dari pada topik yang lain. Dimensi *depth* inilah yang menimbulkan perasaan menyukai.

Suatu hubungan digolongkan biasa atau akrab berdasarkan keluasan dan kedalaman informasi yang dipertukarkan. Dalam hubungan yang biasa topik yang dipertukarkan bisa jadi beragam tapi belum tentu kedalamannya. Suatu hubungan lebih akrab besar kemungkinan memiliki banyak sekali jumlah informasi yang dipertukarkan paling tidak pada satu topik pembicaraan. Sedangkan hubungan yang sangat akrab adalah suatu hubungan dimana aktifitas pengungkapan diri melibatkan *breadth* dan *depth* yang tinggi.

Para informan pada awalnya membicarakan hal-hal yang bersifat umum, seperti Ima yang membicarakan masalah kuliah dengan teman *onlinenya* Fajar "*Palingan masalahku, masalah kuliah, namanya kehidupan orang kan naik turun kadang juga kan kesel, yang bikin boring bikin bosan..jadi bisa disambung-sambung lewat facebook..*". Setelah sekian lama, sejalan meningkatnya intensitas komunikasi, topik-topik yang dibicarakan mulai beragam hingga informasi-informasi yang bersifat pribadi.

Pada umumnya pengungkapan diri bersifat resiprokal atau timbal balik. Dalam setiap interaksi pengungkapan diri yang resiprokal kemungkinan besar terjadi jika orang lain melakukan hal yang sama sebelumnya, inilah yang disebut sebagai efek diadik. Artinya, apa yang dilakukan informan dalam satu aktifitas komunikasi, lawan bicaranya akan melakukan hal serupa sebagai responnya.

Efek diadik yang terlihat dalam suatu aktifitas komunikasi dapat membentuk ketertarikan seseorang terhadap lawan

bicaranya, perasaan menyukai dapat timbul dari respon-respon yang positif dan mendukung yang ditunjukkan oleh seseorang kepada orang lain. Begitu pula komunikasi dengan menggunakan *facebook*, para partisipan lebih cenderung menyukai lawan bicara yang memberikan respon yang positif dan seimbang pada saat percakapan itu berlangsung.

Pengungkapan diri positif dan pengungkapan diri negatif juga merupakan hal yang sangat penting dalam suatu hubungan. Pengungkapan diri positif lebih umum terjadi dari pada pengungkapan diri negatif. Bahkan dalam komunikasi dengan menggunakan *facebook*, pengungkapan diri negatif lebih cenderung dihindari, karena partisipan dalam komunikasi menggunakan *chatting* di *facebook* ini, berusaha menampilkan diri sebaik mungkin karena sifat-sifat CMC yang mendorong hal tersebut.

Dalam interaksi secara tatap muka, pembagian informasi dapat dilakukan secara efektif jika orang-orang yang sedang berinteraksi memiliki topik atau bahan pembicaraan yang sama, sehingga diharapkan dapat memberikan stimuli dan respon yang seimbang. Sebelumnya peneliti mengemukakan konsep Devito bahwa jumlah orang yang terlibat dalam suatu aktifitas komunikasi mempengaruhi pengungkapan diri. Karena pengungkapan diri berkaitan erat dengan aktifitas pembagian informasi maka bisa dikatakan bahwa jumlah orang yang terlibat dalam suatu interaksi sangat mempengaruhi aktifitas pembagian informasi. Dalam komunikasi menggunakan jejaring sosial, orang dapat berinteraksi dengan lebih dari satu orang dalam waktu yang bersamaan walaupun masing-masing memiliki bahan pembicaraan yang berbeda-beda. Dalam komunikasi menggunakan jejaring sosial, terkadang respon yang diberikan oleh lawan bicara mempengaruhi kelangsungan komunikasi.

Kegiatan presentasi diri yang dilakukan oleh pengguna *facebook* dapat meningkatkan kenyamanan psikologis dalam mencapai tujuan *relasional* (pertemanan). Kegiatan pengolahan kesan dengan tujuan menciptakan dan mempertahankan kesan stabil dalam rangka memperoleh keuntungan pribadi telah digunakan oleh individu untuk mengendalikan persepsi orang lain dalam interaksi sosial baik dalam komunikasi tatap muka (*face to face*) maupun komunikasi melalui komputer (CMC).

Peneliti CMC berpendapat bahwa lingkungan virtual memungkinkan orang untuk terlibat dalam strategi presentasi yang lebih aktif bahkan presentasi *online* baik dalam hal pengendalian pesan dibanding dengan pertemuan tatap muka karena peluang untuk membuat, memodifikasi, dan mengedit pesan tentang diri jauh lebih luas (Walther, 2009: 4).

Dalam kehidupan sehari-hari ada hal-hal tertentu yang biasanya enggan kita bicarakan atau ungkapkan kepada orang lain. Seseorang biasanya lebih cenderung membuka diri tentang pekerjaan dan hobi dibandingkan tentang kehidupan seks atau situasi keuangan. Umumnya, makin pribadi dan makin negatif suatu topik, makin kecil kemungkinan kita mengungkapkannya.

Disamping topik pembicaraan, apa yang dikemukakan para informan menunjukkan bahwa mereka lebih terbuka tentang banyak hal kepada teman *online* yang selalu mampu memberikan respon positif. Menurut Devito seorang individu akan membuka diri kepada orang yang tidak disukai. Ini tidak mengherankan karena orang yang disukainya (dan barangkali menyukainya) akan bersikap mendukung dan positif (Devito, 1997: 63).

Penemuan dilapangan menunjukkan bahwa para informan cenderung memiliki perasaan menyukai terhadap salah satu

teman *onlinenya*. Ima misalnya, dia lebih suka *chatting* dengan Fajar karena dapat meluangkan waktu untuk *online*. Perasaan menyukai memang bisa menjadi faktor pendorong seseorang untuk mengungkapkan diri, namun terkadang orang yang kita sukai tersebut tidak memberikan respon seperti yang kita harapkan.

Kondisi dilapangan menggambarkan bahwa terkadang ada hal-hal tertentu yang membuat para informan enggan untuk membicarkannya. Seperti yang diutarakan Wiko bahwa dia tidak suka membicarakan hal-hal yang bersifat pribadi kepada teman *onlinenya*, karena dia merasa itu merupakan wilayah yang tidak boleh diketahui orang lain.

Resiprositas dalam proses pengungkapan diri adalah dampak dari komunikasi timbal balik yang terjadi ketika seseorang melakukan interaksi dengan orang lain. Pada awal hubungan terhadap suatu norma membalas yang kuat, yaitu pada saat orang mulai mengungkapkan hal-hal mengenai dirinya, pasangannya tersebut dengan sendirinya akan melakukan hal yang sama (efek diadik). Dengan cara ini kepercayaan tertanam dan keintiman terbentuk.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengemukakan beberapa kesimpulan bahwa, keterbukaan komunikasi antarpribadi dalam percakapan *online* dengan menggunakan jejaring sosial *facebook* yang terjadi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang, sangat terbuka sekali dengan teman *online* mereka masing-masing. Hal ini dikarenakan, media ini mengatasi keterbatasan jarak dan fisik dan memungkinkan penggunaanya untuk dapat berkomunikasi tanpa harus bertatap muka (*face to face*). Pengungkapan diri melalui percakapan

online terkadang jauh lebih akrab dari komunikasi tatap muka. Hal ini bisa terjadi karena *chatting* merupakan fasilitas komunikasi yang terlalu terburu-buru artinya, para pemakai fasilitas *chatting* tidak segan-segan membuka dirinya, membicarakan masalah serius dalam kehidupan nyata mereka dengan teman *online*. Pengetahuan mengenai latar belakang keluarga dan hal-hal yang bersifat pribadi dari teman *online* membentuk hubungan yang semakin akrab. Kejujuran saat *chatting* merupakan hal yang diutamakan oleh informan, karena bagi mereka *facebook* digunakan sebagai ajang untuk menjalin dan mempertahankan hubungan.

Proses pertukaran stimuli dan respon dalam percakapan *online* pada jejaring sosial *facebook* sangat mempengaruhi pengungkapan diri. Ketertarikan para informan dan respon positif yang diberikan oleh lawan bicara mempengaruhi kelangsungan komunikasi. Perasaan menyukai memang bisa menjadi faktor pendorong seseorang untuk mengungkapkan diri. Respon dalam proses pengungkapan diri adalah dampak dari komunikasi timbal balik yang terjadi ketika seseorang melakukan interaksi dengan orang lain. Jika pada awal hubungan terjadi proses timbal balik yang cepat dan ketika *online* mereka membuka diri maka kepercayaan tertanam dan keintiman terbentuk. Misalnya, pada saat orang mulai mengungkapkan hal-hal mengenai dirinya, pasangannya tersebut dengan sendirinya akan melakukan hal yang sama (efek diadik).

2. Saran

1. Ada baiknya menentukan terlebih dahulu jenis hubungan yang akan dilakukan di dunia maya. Selanjutnya disertai dengan mengumpulkan informasi atas diri *partner* komunikasinya untuk menghindari ketidaksesuaian persepsi sehingga kedua belah pihak yang melakukan aktivitas komunikasi merasa

nyaman saat melakukan kontak atau aktivitas komunikasi antar pribadi dengan memanfaatkan jejaring sosial.

2. Pengungkapan diri dari masing pengguna *facebook* khususnya melalui fasilitas *chatting* seharusnya dilakukan dengan cara-cara yang positif. Baik segi status, profil maupun percakapan di *chatting*. Hal ini diharapkan memudahkan masing-masing pihak dalam menjalin hubungan.

3. Dalam melakukan komunikasi antarpribadi melalui percakapan *online* hendaknya para pengguna dapat melakukan filter informasi. Yakni mana yang boleh di bagi kepada pengguna lain maupun yang tidak. Hal ini perlu dilakukan mengingat komunikasi antarpribadi dengan *facebook* lebih banyak dilakukan dengan tulisan sehingga proses kontrol terhadap kebenaran informasi cenderung lebih sulit dibandingkan komunikasi tatap muka (*face to face*). Jika terjadi penyalahgunaan informasi maka tingkat kepercayaan dan kedekatan hubungan yang telah terjalin akan menurun bahkan hilang.

4. Hasil penelitian ini dapat ditindaklanjuti dengan penelitian berikutnya, komunikasi verbal dan emosi *non-verbal* dalam komunikasi antarpribadi dengan jejaring sosial *facebook* dapat dikaji lebih dalam lagi dengan memperhatikan unsur komunikasi berupa faktor individu, lingkungan media, pemaknaan pesan dan umpan balik atas pesan yang dapat memberikan deskripsi atau gambaran unik dalam komunikasi dengan menggunakan media massa. Penelitian ini juga bisa menggunakan perspektif fenomenologi, karena penelitian fenomenologi berupaya mencari ciri khas (*typification*) dari faktor-faktor komunikasi tersebut.

Daftar Pustaka

- Adler, Ronald B, & Towne. 1987. *Looking in Interpersonal Communication*. USA: CBC College Publishing.
- Beebe, Steven A., Susan J, & Redmond, Mark V. 2005. *Interpersonal Communication: Relating To Other*. USA: Pearson Education.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia* (Edisi 5). Jakarta: Professional Books.
- _____, 1992. *The Interpersonal Communication Book* (Edisi 6). New York: Harper Collins Publisher.
- Fisher, B Aubrey. 1987. *Interpersonal Communication Programatics of human Relationship*. New York: Random House.
- Jalaluddin Rakhmat. 1998. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jones, Gabriel. 1995. *War of The Worlds: Cyberspace And the High-Tech Assault On Reality*. USA: Pearson Education Inc.
- Littlejohn, S. 1999. *Theories of Human Communication* (Edisi 6). New Mexcico: Wadsworth Publishing Company Albuquerque.
- Marhaeni Fajar. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mohamad Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tubbs, Stewert L., & Moss, Sylvia. 1996. *Human Communication; Konteks-konteks Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Whitney, F. L., dalam Moh. Nazir. 2003. *Metode Penelitian (Cetakan kelima)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yasraf Amir Piliang. 1999. *Sebuah Dunia Yang Dilipat*. Bandung: Mizan.

Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.

<http://komunikasiindonesia.org/2009/10/computer-mediated-communication/>.
www.facebook.com.