

BAB I

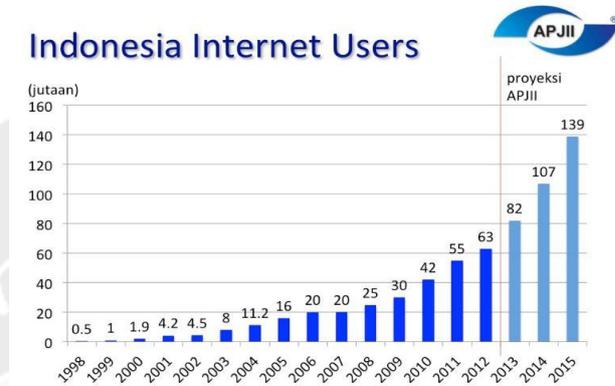
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi berpengaruh terhadap kemajuan di bidang informasi dan komunikasi. Indonesia sebagai negara yang terus mengikuti kemajuan teknologi menjadi salah satu korban dari munculnya berbagai produk di dalam bidang komunikasi dan informasi. Masyarakat Indonesia yang sangat menggemari *gadget* terpengaruh dengan *trend* yang ada di dunia, salah satunya adalah *trend* jejaring sosial.

Berkembangnya jejaring sosial tentunya meningkatkan jumlah pengguna internet di Indonesia karena pengaksesan jejaring sosial hanya dapat digunakan jika ada internet atau biasa disebut dengan *online*. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat dari tahun-tahun, dimulai dari tahun 2007 jumlah pengguna internet 20 juta orang, lalu meningkat menjadi 25 juta pada 2008, 30 juta pada 2009, 42 juta pada 2010, 55 juta pada 2011, hingga mencapai 63 juta tahun 2012 (Apjii.or.id, 2012).

GAMBAR 1.1
Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



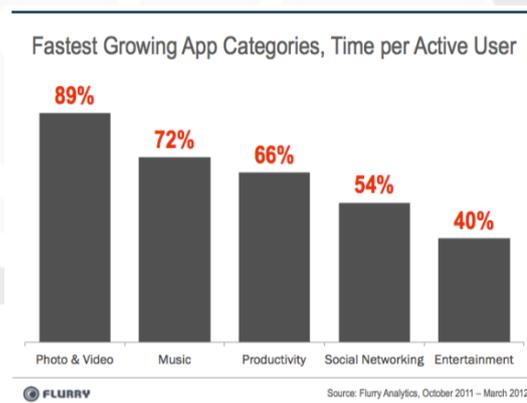
Sumber: (Apjii.or.id, 2012)

Jumlah pengguna internet pada tahun 2012 mencapai 63 juta orang dengan 95% pengguna internet mengakses jejaring sosial setiap harinya (Kominfo.go.id, 2013). Total akhir pengguna internet pada tahun 2013 sebesar 71,19 juta orang, hasil tersebut menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 13% (Merdeka.com, 2014).

Peningkatan jumlah pengguna internet tentunya tidak lepas dari penggunaan *gadget* sebagai alat komunikasi. Berdasarkan survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2012, pengaksesan internet paling banyak dilakukan melalui *Smartphone*, yaitu sebesar 70, 1%, personal notebook 45, 4%, PC rumah 41%, personal netbook 5, 6%, tablet 3, 4%, dan sisanya yang tidak memiliki perangkat pribadi 1, 3% (Apjii.or.id, 2012). *Smartphone* merupakan alat komunikasi yang paling banyak digunakan untuk mengakses internet karena fasilitas yang dimiliki oleh *smartphone* sendiri yaitu dapat mengakses berbagai jejaring sosial.

Di dalam *smartphone* ataupun *gadget* lain terdapat *market* yang menyediakan aplikasi *mobile* yang terbagi dalam beberapa kategori seperti aplikasi untuk kesehatan, fotografi, video, produktivitas, bisnis, hiburan musik, permainan dan lain sebagainya. Berikut ini merupakan grafik yang menunjukkan perkembangan kategori aplikasi *mobile* yang paling diminati pada Oktober 2011 sampai Maret 2012 (Teknojurnal.com, 2012).

GAMBAR 1.2
Grafik Perkembangan Kategori Aplikasi *Mobile* yang Paling Diminati Oktober 2011 Sampai Maret 2012



Sumber : (Teknojurnal.com, 2012).

Grafik di atas menunjukkan *social networking* menjadi salah satu kategori jejaring sosial yang diminati oleh para pengguna *gadget*. Tujuan pengguna *gadget* mengikuti perkembangan jejaring sosial *mobile* seperti jejaring sosial dikarenakan oleh beberapa faktor. Di dalam sebuah jurnal berjudul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi di Kalangan Mahasiswa” dipaparkan beberapa faktor atau alasan yang membuat seseorang mengakses jejaring sosial. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi, dan *media uses diaries*. Hasil yang didapatkan dari

penelitian tersebut adalah informan bertujuan untuk mendapatkan hiburan dan eksistensi diri, mengikuti trend, menjalin komunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain, serta mencari dan berbagi informasi (Muffiddah, 2013).

Penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi di Kalangan Mahasiswa” telah menggunakan *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, dan *Flickr* sebagai objek penelitian, sedangkan pada kesempatan ini peneliti memilih jejaring sosial jejaring sosial terbaru bernama Path. Path adalah situs jejaring sosial berupa jurnal pribadi yang menekankan pada hubungan dengan orang-orang terdekat saja (Circara.com, 2014). Tercatat bahwa Path diunduh oleh satu juta orang setiap minggunya, atau dapat dikatakan pengguna Path bertambah satu juta setiap minggunya. Jejaring sosial Path telah memiliki jumlah pengguna sebanyak sembilan juta orang dan berhasil menduduki jejaring sosial top di *web store* Android dan iOS (Merdeka.com, 2013).

Jejaring sosial Path diluncurkan pada November 2010 dan sudah memiliki lebih dari empat juta pengguna aktif di Indonesia dan menetapkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Path terbanyak di dunia, kemudian disusul dengan Amerika (Tempo.co, 2014). Path.com berada di ranking 253 di Indonesia dan memiliki visitor tertinggi yaitu sebesar 43,4% (Alexa.com, 2014).

GAMBAR 1.3
Geografi Audiens Pengakses Path.com



Sumber: (Alexa.com, 2014)

Dalam waktu kurang dari empat tahun, Indonesia menjadi peringkat pertama pengguna jejaring sosial Path. Kelebihan Path yang bisa menjadi jurnal pribadi dan bersifat lebih personal karena hanya mempunyai batas maksimal 150 teman, membuat Path menjadi *trend* terbaru di masyarakat Indonesia terutama anak-anak muda. Masyarakat Indonesia yang mengikuti *trend* penggunaan Path menunjukkan berbagai aktivitas kesehariannya melalui Path. Aktivitas di Path lah yang nantinya menunjukkan karakter dari pengguna Path, dan juga bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri, atau yang dikenal dengan istilah konsep diri dunia psikologi. Seperti yang dikutip dari Psikologi Komunikasi (Rakhmat, 1991), konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri dibentuk karena adanya pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Pengalaman dan interaksi yang akan membentuk persepsi diri baik secara psikologis, sosial, dan fisis (Rakhmat, 1991). Pembentukan konsep diri secara bertahap terjadi dari kecil hingga dewasa.

Sebuah jurnal bernama *Social Behavior and Personality* terdapat sebuah artikel yang berjudul *Personality Traits and Social Media Use* (ÖzgÜven & Mucan, 2013) yang meneliti tentang penggunaan media sosial dan kepribadian seseorang. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) (di dalam ÖzgÜven & Mucan, 2013) semakin banyak waktu yang dihabiskan seseorang untuk mengakses internet maka semakin besar pula pengaruh perilaku sosial yang diberikan pada seorang individu melalui orang-orang yang *online* dengan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengalaman dan interaksi yang diberikan kepada seorang pengguna internet sehingga mempengaruhi perilaku sosial seseorang yang nantinya juga akan mempengaruhi konsep dirinya.

Kepribadian seseorang juga menentukan bagaimana mereka beraktivitas di dunia maya terutama media sosial. Seperti yang dikutip dari *Personality Traits and Social Media Use*, “*We found that conscientious people, those who are open to experience, and those more satisfied with their lives tend to use social media more*” (ÖzgÜven & Mucan, 2013, hal.526). Jadi orang-orang yang memiliki karakter atau kepribadian terbuka, teliti, dan merasa puas dengan hidupnya cenderung lebih banyak menggunakan media sosial mereka. Jika di dalam jurnal yang berjudul *Personality Traits and Social Media Use* diteliti bahwa *personality* mempengaruhi media sosial, maka peneliti ingin meneliti bagaimana konsep diri seseorang ditunjukkan dalam penggunaan jejaring sosial Path.

Personality atau kepribadian berkaitan erat dengan konsep diri. Di dalam karya tulis berjudul Konsep Diri dan Kepribadian, dianalogikan jika kepribadian adalah roda maka konsep diri seperti pusat roda dan sifat-sifat merupakan jari-jari dari roda tersebut (Sutataminingsih, 2009, hal. 30). Kepribadian merupakan kesatuan yang utuh dan konsep diri menjadi penggerak dari sifat dan kepribadian individu. Selain itu telah dijelaskan sebelumnya bahwa kepribadian berperan dalam penggunaan media sosial seseorang sehingga peneliti merasa tertarik untuk meneliti konsep diri yang ditunjukkan di Path.

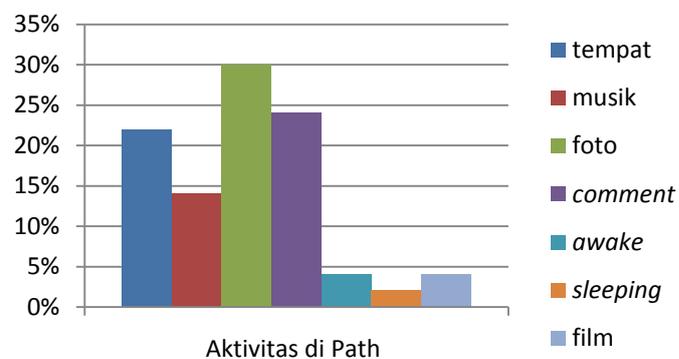
Konsep diri yang ditunjukkan di Path menjadi topik yang menarik untuk diteliti seperti pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh mahasiswa UAJY Fransisca Vivi Shintaviana yang berjudul “Konsep Diri serta Faktor-Faktor Pembentuk Konsep Diri Berdasarkan Teori Interaksionisme Simbolik”. Penelitian ini dilakukan pada karyawan kantor KACM UAJY dengan metode wawancara untuk mengetahui konsep diri karyawan KACM UAJY dan faktor-faktor pembentuknya. Hasil yang didapatkan oleh peneliti adalah konsep diri yang diungkapkan oleh karyawan KACM didapat dari perspektif informan sendiri dan juga pendapat orang lain. Peneliti juga menemukan faktor pembentuk konsep diri adalah interaksi, yang secara spesifik disebutkan oleh informan adalah keluarga, peran yang dijalankan, pengalaman interaksi, situasi sekitar, rapat internal kantor KACM, pendidikan biarawati, usia, orang

lain yang menjadi inspirasi partisipan dan spiritualitas (Shintaviana, 2014).

Jika dalam penelitian Konsep Diri serta Faktor-Faktor Pembentuk Konsep Diri Berdasarkan Teori Interaksionisme Simbolik telah ditemukan faktor-faktor pembentuk konsep diri, maka peneliti tertarik untuk meneliti konsep diri yang ditunjukkan siswa SMA yang menggunakan jejaring sosial Path. Interaksi di Path, peran informan sebagai siswa dan anak dalam keluarga, usia remaja, dan inspirasi siswa SMA dalam hidup dapat menjadi faktor pembentuk konsep diri yang ditunjukkan di Path.

Peneliti melakukan pra-riset untuk mengetahui pesan apa saja yang muncul di penggunaan Path. Pra-riset dilakukan dengan melakukan observasi pada 25 pesan yang telah diposting di akun Path dua mahasiswa UAJY berusia 22 tahun. Pre-riset ini dilakukan pada tanggal 13 Mei 2013, dari jam 16.00 hingga 17.00. Hasil yang ditemukan dari dua informan mahasiswi berusia 22 tahun yang adalah sebagai berikut.

GAMBAR 1.4
Aktivitas Penggunaan Path Dua Mahasiswi



Hasil yang didapatkan mengenai pesan yang dipasang pada Path oleh kedua mahasiswa itu didominasi dengan memposting foto maupun gambar, baik foto mereka sendiri, gambar-gambar lucu dan berbagai hal yang menggambarkan suasana hati mereka saat itu, yakni sebanyak 30% pesan (n=15). Kedua adalah *comment*, yaitu perkataan yang mereka tuangkan di dalam Path. Biasanya diisi dengan ungkapan hati baik curhatan, sindiran, maupun hal-hal yang menggembirakan, yakni sebanyak 24% (n=12). Ketiga adalah tempat mereka berada, seperti mall, rumah sakit, kampus, dan lain-lain. Kafe atau restoran adalah destinasi utama yang mereka posting, yakni sebanyak 22% (n=11).

Keempat adalah lagu yang mereka dengarkan. Kebanyakan lagu yang didengarkan adalah lagu barat yang menjadi top hits 14 % (n=7), sedangkan yang kelima adalah film. Berdasarkan hasil pra-riset mereka memposting film barat yang mereka tonton, namun tidak menutup kemungkinan juga adanya film Indonesia, yakni sebanyak 4% (n=2). Terakhir ada *awake* dan *sleeping*, peneliti menemukan informan jarang memposting kapan mereka tidur dan bangun pagi. Total 50 posting, hanya 2 *posting awake* dan 1 *sleeping*. Hasil penelitian awal ini peneliti menemukan bahwa Path unik untuk diteliti karena seseorang menunjukkan aktivitas kesehariannya di Path dan melihat bagaimana orang lain merespon keseharian yang mereka tunjukkan di dalam Path.

Subjek penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah pengguna aktif Path berusia 14-17 tahun dengan SES A dan B. Kelompok usia ini

disebut sebagai masa kanak-kanak akhir yaitu antara usia 11-19 tahun. Pada kelompok usia ini terjadi maturasi biologik dan kepribadian disertai dengan gejolak emosi dan fisik yang tidak menentu, dan terdapat redefinisi konsep diri (Wong, 2002). Lokasi penelitian yang ingin diteliti adalah SMA Santo Bellarminus Bekasi yang merupakan SMA swasta yang terletak di Jalan Kemangsari IV, Bekasi. Sekolah yang terdiri dari TK, SD, SMP dan SMA ini termasuk dalam sekolah dengan SES A dan B. Bagian keuangan SMA mengungkapkan bahwa uang pembangunan awal masuk SMA berkisar Rp 7.000.000,00 sampai Rp 12.000.000,00 dan uang sekolah perbulan mencapai Rp 550.000,00 sampai Rp 850.000,00 tergantung dari hasil wawancara dan kemampuan orang tua. Peneliti memilih SMA Santo Bellarminus Bekasi sebagai lokasi penelitian karena peneliti mengasumsikan SMA dengan siswa SES A dan B memiliki *gadget* yang di dalamnya terdapat jejaring sosial Path dan aktif menggunakannya.

Peneliti menganggap bahwa konsep diri pengguna jejaring sosial Path layak diteliti karena menurut APJII (2013), jejaring sosial yang mulai mendominasi kehidupan dengan peningkatan pengguna internet setiap tahunnya dan 95% pengguna mengakses jejaring sosial. Selain itu Path sedang menjadi *trendsetter* saat ini di Indonesia (Tempo.co, 2014) dan penting mengetahui bagaimana Path dapat menunjukkan konsep diri remaja dalam penggunaannya. Terakhir, peneliti melihat bahwa melalui pre-riset, aktivitas keseharian mereka yang selalu diposting di Path

mencerminkan konsep diri para pengguna Path mengenai siapa mereka, apa yang mereka pikirkan dan kerjakan.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang didapatkan adalah “Bagaimana konsep diri yang ditunjukkan siswa Sekolah Menengah Atas sebagai pengguna jejaring sosial Path?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki dua tujuan yaitu:

1. Memahami konsep diri siswa/i Sekolah Menengah Atas yang ditunjukkan dalam aktivitas di jejaring sosial Path.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Akademis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumbangan ilmu dalam bidang komunikasi khususnya mengenai konsep diri yang ditunjukkan siswa SMA dalam penggunaan jejaring sosial Path.

2. Manfaat Praktis :

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi sekolah dalam melihat aktivitas siswanya dalam penggunaan Path dan mendapatkan pemahaman mengenai konsep diri yang ditunjukkan seseorang melalui aktivitas di Path.

E. KERANGKA TEORI

Kerangka teori akan memaparkan teori apa saja yang dianggap cocok untuk menjawab rumusan masalah. Kerangka teori dimulai dari komunikasi sebagai landasan ilmu peneliti untuk melakukan penelitian. Selanjutnya peneliti akan memfokuskan pada teori komunikasi interpersonal yang merupakan dasar dari teori interaksi simbolik. Komunikasi interpersonal dipilih karena interaksi di jejaring sosial Path terjadi secara interpersonal, dan diturunkan ke teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan konsep diri. Peneliti akan memulai dengan pembahasan mengenai komunikasi karena ketika konsep diri seseorang ditunjukkan di dalam Path terjadi proses komunikasi dimana adanya komunikator, pesan, saluran, dan komunikan di dalam proses tersebut.

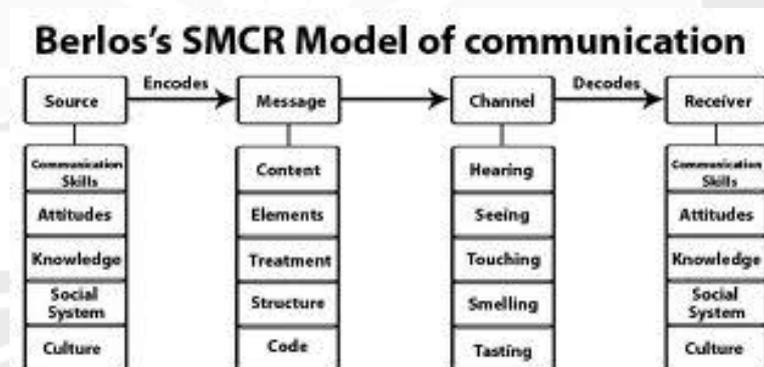
1. Proses Komunikasi

Definisi dari komunikasi adalah proses sosial dimana individu – individu menggunakan simbol – simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka (West & Turner,

2008). Saat terjadi proses berkomunikasi, terdapat model komunikasi yang merepresentasikan pola komunikasi yang dilakukan oleh manusia.

Model komunikasi yang digunakan peneliti adalah model Berlo. David K. Berlo mengenalkan model komunikasi SMCR yaitu *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). *Source* adalah pihak yang menciptakan pesan, baik individu maupun kelompok. *Message* adalah terjemahan gagasan ke dalam kode simbolik seperti bahasa atau isyarat, sedangkan *Channel* adalah medium yang membawa pesan dan *Receiver* adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi (Mulyana, 2007).

GAMBAR 1.5
Model Komunikasi Berlo



Sumber : (Mulyana, 2007)

Model Berlo juga melukiskan beberapa faktor pribadi yang mempengaruhi proses komunikasi seperti sumber dan penerima pesan dipengaruhi oleh keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan lingkungan budaya. Pesan dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, isi, perlakuan, dan kode. Salurannya berhubungan dengan panca indera yaitu melihat, mendengar, menyentuh, membaui,

dan mencicipi (Mulyana, 2007). Model komunikasi Berlo menunjukkan unsur – unsur penting dalam proses komunikasi dan tidak menjelaskan umpan balik, namun tetap terjadi komunikasi antara sumber dan penerima.

Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Selain istilah konteks, digunakan juga istilah tingkat (*level*), bentuk (*type*), situasi (*situation*), keadaan (*setting*), arena, jenis (*kind*), cara (*mode*), pertemuan (*encounter*), dan kategori. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi yaitu komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa (Mulyana, 2007).

Komunikasi antarpribadi atau yang juga dikenal dengan komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2007). Penelitian ini akan difokuskan pada pendalaman teori komunikasi interpersonal karena konsep diri terbentuk oleh komunikasi, yaitu secara spesifik komunikasi interpersonal.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal (Liliweri, 2007) yaitu penyampaian pesan oleh satu orang dan diterima oleh satu orang atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampak dan ada peluang untuk umpan balik langsung. Menurut Richard L. Weaver II (1993) (dalam Budyatna & Ganiem, 2011), terdapat delapan karakteristik dalam komunikasi interpersonal yaitu:

- a. Melibatkan paling sedikit dua orang, yaitu dua orang dari kelompok yang lebih besar sepakat mengenai sesuatu maka mereka terlibat dalam komunikasi interpersonal.
- b. Adanya umpan balik atau *feedback*. Dalam komunikasi interpersonal hampir selalu melibatkan umpan balik langsung, yaitu pesan yang dikirim kembali oleh penerima kepada pemberi pesan.
- c. Tidak harus tatap muka bagi komunikasi interpersonal yang sudah terbentuk. Adanya saling pengertian antara dua individu membuat kehadiran fisik tidaklah terlalu penting.
- d. Tidak harus bertujuan, komunikasi interpersonal yang terjadi tidak harus selalu disengaja atau dengan kesadaran. Pengkomunikasian secara tidak sengaja atau tidak sadar akan tetap mengirimkan pesan-pesan yang dapat mempengaruhi seseorang.
- e. Menghasilkan beberapa pengaruh atau effect, komunikasi interpersonal yang dianggap benar adalah komunikasi yang

pesannya harus menghasilkan efek atau pengaruh bagi penerimanya biarpun tidak langsung terjadi.

- f. Tidak harus melibatkan kata-kata yaitu dengan menggunakan komunikasi nonverbal.
- g. Proses komunikasi dipengaruhi oleh konteks. Menurut Verdeber et al., 2007 (dalam Budyatna & Ganiem, 2011, hal. 18) konteks merupakan tempat dimana pertemuan komunikasi terjadi, termasuk apa yang mendahului dan mengikuti apa yang dikatakan. Konteks mempengaruhi harapan, makna yang diperoleh, dan perilaku mereka selanjutnya. konteks meliputi jasmaniah seperti lokasi dan kondisi lingkungan, sosial yaitu bentuk hubungan yang mungkin sudah ada di antara para partisipan, historis merupakan latar belakang yang diperoleh melalui peristiwa sebelumnya antara para partisipan, psikologis meliputi suasana hati dan perasaan dimana setiap orang membawakannya kepada pertemuan antarpribadi. Konteks yang terakhir (menurut Samovar & Porter, 2000 dalam Budyatna & Ganiem, 2011, hal.19) adalah keadaan kultural yang mengelilingi peristiwa komunikasi meliputi keyakinan, nilai, sikap, makna, hierarki sosial, agama, pemikiran mengenai waktu, dan peran dari para partisipan.
- h. Dipengaruhi oleh kegaduhan atau *noise*, yaitu setiap rangsangan atau stimulus yang mengganggu dalam proses pembuatan pesan. Kegaduhan dapat bersifat eksternal, internal, maupun semantik.

Setelah membahas tentang delapan karakteristik komunikasi interpersonal, peneliti melanjutkan dengan pembahasan teori Interaksi Simbolik. Dalam teori ini akan dibahas tentang bagaimana seseorang mengeksplorasi dan memahami pandangan diri sendiri bahkan orang lain terhadap dirinya disebabkan adanya interaksi di dalam komunikasi interpersonal. Teori interaksi simbolik menggali lebih dalam bagaimana proses komunikasi interpersonal menghasilkan simbol dan pemahaman bersama serta membentuk konsep diri seseorang.

3. Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik merupakan teori yang dibangun oleh George Herbert Mead yang menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi. Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes mengatakan bahwa interaksi simbolik adalah sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia, bersama dengan orang lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, sebaliknya membentuk perilaku manusia (West & Turner, 2008, hal.96).

Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (dalam West & Turner, 2008) juga mengatakan bahwa adanya tujuh asumsi di dalam tiga tema besar yaitu:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia
2. Pentingnya konsep mengenal diri
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun sehingga makna penting bagi perilaku manusia. Tema ini mendukung tiga asumsi interaksi simbolik dari Herbert Blumer yaitu manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka, makna diciptakan dalam interaksi manusia, dan makna dimodifikasi melalui proses interpretif (West & Turner, 2008).

Tema yang kedua adalah pentingnya konsep diri atau seperangkat persepsi yang relatif stabil yang dipercaya orang mengenai dirinya sendiri. Interaksi simbolik tertarik dengan cara orang mengembangkan konsep diri. Maka dari itu tema ini memiliki dua asumsi (menurut LaRossa dan Reitzes, 1993 dalam West & Turner, 2008) yaitu individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain dan konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku.

Tema ketiga yaitu hubungan antara individu dan masyarakat, berkaitan dengan hubungan antara kebebasan individu dan batasan sosial. Asumsi yang didapatkan pada tema yang terakhir ini adalah orang dan kelompok dipengaruhi oleh budaya dan sosial dan struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial (West & Turner, 2008).

Teori interaksi simbolik menjelaskan tentang bagaimana seorang individu yang berinteraksi dengan orang lain dapat mengembangkan apa yang ada di dalam dirinya dan bertindak berdasarkan makna yang

diberikan individu tersebut. Peneliti mengangkat satu tema interaksi simbolik yaitu pentingnya konsep mengenal diri. Konsep mengenal diri terjadi karena adanya interaksi dengan orang lain dan menghasilkan konsep diri yang berkembang secara terus menerus. Maka dari itu peneliti selanjutnya akan fokus pada pembahasan tentang konsep diri.

4. Konsep Diri

William D. Brooks di dalam Rakhmat (1991, hal.98), mendefinisikan konsep diri sebagai “*those physical, social, and psychological perception of ourselves that we have derived from experiences and our interactions with others*” atau dapat disimpulkan konsep diri merupakan pandangan dan perasaan kita tentang diri kita baik secara psikologi, sosial, dan fisis yang didapatkan dari pengalaman dan interaksi kita dengan orang lain.

Di dalam konsep diri terdapat dua komponen yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitif dalam psikologi sosial disebut dengan citra diri (*self image*) sedangkan komponen afektif merupakan harga diri (*self esteem*). Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert, komponen kognitif dan afektif berpengaruh terhadap komunikasi interpersonal (Rakhmat, 1991, hal.99-100).

Konsep diri dipengaruhi oleh dua faktor yaitu orang lain dan kelompok rujukan (*reference group*). Orang lain sebagai faktor yang mempengaruhi diri dijelaskan oleh Gabriel Marcel, seorang filsuf

eksistensialis yang menulis tentang peranan orang lain dalam memahami diri kita berkata bahwa “kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Bagaimana anda menilai diri saya, akan membentuk konsep diri saya” (Rakhmat, 1991, hal 100-101).

Harry Stack Sullivan di dalam Rakhmat (1991) juga menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita maka kita akan cenderung menghormati dan menerima diri kita. Sedangkan jika orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita, dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangkan diri kita (Rakhmat, 1991, hal.101).

Tidak semua orang mempunyai pengaruh yang sama terhadap diri kita. Ada yang paling berpengaruh, yaitu orang-orang yang paling dekat dengan kita. George Herbert Mead menyebut mereka *significant others* atau orang lain yang sangat penting meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan kita. Richard Dewey, W. J. Humber (dalam Rakhmat, 1991) menamainya *affective others* yaitu orang lain yang memiliki ikatan emosional dengan kita.

Kelompok rujukan (*reference group*) mempengaruhi konsep diri karena setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu, adapula yang secara emosional mengikat kita dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya (Rakhmat, 2001).

Konsep diri memiliki pengaruh terhadap komunikasi interpersonal yaitu membuka diri. Hubungan antara konsep diri dan keterbukaan diri dijelaskan dengan Johari Window (Rakhmat, 2001). Johari Window dibagi menjadi empat ruang yang berkaitan dengan tingkat keterbukaan dan tingkat kesadaran tentang diri kita. Keempat ruang atau yang disebut dengan jendela terbagi menjadi terbuka (*open*), buta (*blind*), tersembunyi (*hidden*), dan tidak diketahui (*unknown*) (Rakhmat, 2001).

GAMBAR 1.6

Johari Window

		Self	
		Known	Unknown
Others	Known	1 Open/Free Area	2 Blind Area
	Unknown	3 Hidden Area	4 Unknown Area

Sumber : (Rakhmat, 2001)

Daerah terbuka (*open area*) meliputi perilaku dan motivasi yang kita ketahui dan juga diketahui oleh orang lain. Daerah tersembunyi (*hidden area*) adalah perasaan dan perilaku yang kita ketahui namun orang lain tidak mengetahuinya. Sedangkan daerah buta (*blind area*) merupakan area dimana kita tidak mengetahui atau tidak menyadarinya namun orang lain mengetahuinya. Terakhir adalah daerah yang tidak dikenal (*unknown area*). *Unknown area* merupakan ruang di dalam diri

kita baik kita sendiri maupun orang lain tidak mengetahuinya (Rakhmat, 2001).

Setelah menjelaskan tentang kerangka teori yang menjadi dasar dari penelitian ini, maka peneliti lanjut untuk memaparkan kerangka konsep yang dibagi menjadi tiga yaitu pengguna aktif, jejaring sosial, dan Path serta kerangka berpikir yang akan menjabarkan secara jelas mengenai sistematika kerangka teori.

F. KERANGKA KONSEP

Di dalam kerangka konsep, peneliti akan menjabarkan tentang pengguna aktif, jejaring sosial, Path, dan siswa SMA. Penjabaran dirasa penting untuk mengetahui beberapa tipe pengguna aktif, sejarah dan definisi jejaring sosial, sejarah Path, serta definisi dan karakteristik siswa SMA. Kerangka konsep juga disertai dengan kerangka berpikir yang memudahkan untuk memahami rangkaian kerangka teori.

1. Pengguna Aktif

Peneliti memilih subjek penelitian yang hanya merupakan pengguna aktif jejaring sosial Path karena semakin aktif seseorang beraktivitas di media sosial atau jejaring sosial maka semakin mempengaruhi perilaku individu tersebut. Definisi pengguna aktif adalah mereka yang melihat atau berinteraksi menggunakan jejaring sosial sehari-harinya seperti mengunjungi profil maupun home akun pengguna,

memposting sesuatu di jejaring sosial tersebut, memberikan komentar, maupun menyukai postingan yang dipublikasikan oleh akun pengguna (Facebook.com, 2014).

Dikutip dari *press release* Rebecca Dye selaku *social media manager* Firstdirect.com (2013) yang melakukan survei tentang tipe pengguna jejaring sosial untuk memahami pengguna jejaring sosial dan meningkatkan pelayanan *online customer service* di perusahaan mereka. Terdapat dua belas tipe pengguna jejaring sosial (Firstdirect.com, 2013):

1. *The Ultras*, memiliki jejaring sosial di seluruh *gadget* yang dimiliki, memantaunya setiap hari, bahkan terlalu aktif dan terkadang mengganggu pengguna lain.
2. *The Deniers*, tidak menganggap jejaring sosial adalah sesuatu yang penting namun merasa cemas jika sulit mengakses jejaring sosial.
3. *The Dippers*, seseorang yang memiliki akun jejaring sosial di *gadget* nya, namun jarang digunakan.
4. *The Virgins*, seseorang yang baru saja aktif bergabung ke dunia jejaring sosial.
5. *The Lurkers*, sangat aktif memantau status atau *posting* milik orang lain namun sangat jarang *update* status di akunnya sendiri.
6. *The Peacocks*, seseorang yang sangat mementingkan jumlah *followers* atau *friends*, *like*, *retweet/repath* di jejaring sosialnya. Popularitas dianggap sangat penting bagi tipe ini.

7. *The Ghosts*, sangat protektif terhadap akun miliknya sehingga tidak mencantumkan informasi pribadi di dalamnya.
8. *The Ranters*, seseorang yang sangat aktif, terbuka dan supel di jejaring sosial namun sangat pendiam di dunia nyata.
9. *The Changelings*, seseorang yang menutupi semua data pribadi bahkan namanya dengan data palsu sehingga orang lain sama sekali tidak mengetahui data pribadi yang sebenarnya.
10. *The Quizzers*, pengguna jejaring sosial yang selalu menggunakan kata tanya sebagai awal untuk memulai percakapan.
11. *The Informers*, suka memberikan info terbaru tentang berbagai hal di jejaring sosial.
12. *The Approval Seekers*, selalu memantau posting yang baru di *update* oleh dirinya sampai ada seseorang yang merespon.

2. Jejaring Sosial

Path sebagai bagian dari jejaring sosial yang ada saat ini memberikan kontribusi bagi dunia komunikasi. Jejaring sosial muncul berawal dari kemunculan *classmates.com* dan *sixdegrees.com* di pertengahan tahun 1990-an, kemudian muncul berbagai macam jejaring sosial yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pengguna internet (E.Luik, 2012). Berikut merupakan definisi jejaring sosial menurut Kaplan dan Haenlein dalam jurnal *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*.

Social networking sites are applications that enable users to connect by creating personal information profiles, inviting friends and colleagues to have access to those profiles, and sending e-mails and instant messages between each other. These personal profiles can include any type of information, including photos, video, audio files, and blogs (Kaplan & Haenlein, 2010, hal. 63).

Melalui kutipan di atas dapat dipahami bahwa jejaring sosial adalah aplikasi yang menyediakan layanan untuk bertukar informasi dan menambah teman bagi penggunanya melalui profil yang ditampilkan dan pesan yang dikirim antar sesama pengguna jejaring sosial. Informasi yang dibagikan melalui jejaring sosial dapat berupa visual, audio, dan video tergantung dari fitur jejaring sosial yang disediakan. Contoh jejaring sosial (*social networking*) yang sedang berkembang saat ini adalah Facebook, Twitter, Path, LinkedIn, dan Instagram.

3. Path

Path adalah situs jejaring sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja, *startup* ini diluncurkan pada bulan November 2010 (Tempo.co, 2014). Situs jejaring sosial ini hanya memperbolehkan penggunanya memiliki teman atau kerabat sebanyak 150 orang saja. Menurut *Gizmodo.com*, Path adalah situs sekaligus jejaring sosial yang awalnya khusus untuk pengguna *iPhone*, namun sekarang telah dikembangkan untuk dapat dipakai oleh pengguna *Android*. Cara kerjanya mirip dengan cara kerja *Twitter* dan

Instagram. Penggunaanya dapat secara cepat dan aman mengirimkan foto yang diambil dengan menggunakan kamera *iPhone* atau *smartphonanya*, serta tidak terganggu dengan *tag* dari pihak lain seperti yang sering dialami pengguna *Facebook* (Merdeka.com, 2012).

Path diciptakan oleh gabungan *entrepreneur* yang telah berhasil sebelumnya, seperti Dave Morin (mantan karyawan *Facebook*), Shawn Fanning (pencipta *Napster*), dan *Dustin Mierau* (pengembang *Mac Napster*). Setelah mereka menciptakan *Path* untuk *iOS* dan *Android*, kini mereka mengambil ancang-ancang untuk memasuki dunia *BlackBerry* (Merdeka.com, 2012).

4. Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA)

Definisi siswa menurut KBBI adalah murid (terutama pada tingkat dasar dan menengah), atau yang biasa disebut dengan pelajar (<http://kbbi.web.id/siswa>). Siswa SMA adalah murid ataupun pelajar yang sedang menempuh pendidikan di bangku SMA dengan usia sekitar 15-18 tahun. Usia 15-18 tahun termasuk dalam masa remaja dimana pemikiran dan perilaku mereka terfluktuasi antara masa anak dan masa orang dewasa sehingga memiliki pemikiran dan cara tersendiri untuk menyampaikan perasaan mereka (Wong, 2002).

Pada bulan Agustus – September 2004, lembaga riset pemasaran di Indonesia yaitu Synovate mengadakan riset untuk mengetahui psikografis remaja Indonesia yang berusia 15-24 tahun yang berarti siswa SMA

termasuk menjadi informan dalam riset tersebut. Riset diadakan dengan lebih dari seribu informan di wilayah Jabodetabek, Surabaya, Bandung, dan Medan dengan dua metode yaitu kualitatif dan kuantitatif (<http://202.59.162.82/swamajalah/sajian/details.php?cid=1&id=2367>, 2005)

Hasil yang didapatkan adalah Synovate membagi konsumen remaja Indonesia dalam lima kelompok psikografis, yaitu Aspirational sebanyak 24% dari populasi, Conformist (21%), Conservative (19%), Nesters (19%), dan Funksters (17%). Kelima kelompok ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Aspirational adalah kelompok konsumen remaja yang senang bergaul dan menjadi bagian dari suatu kelompok. Mereka banyak menghabiskan waktu di luar rumah sehingga sebagian besar uang sakunya digunakan untuk memperindah penampilan, seperti membeli pakaian, kosmetik dan aksesoris. Kelompok ini mudah ditemui di mal-mal atau pusat perbelanjaan.

Conformist adalah kelompok remaja yang cenderung cuek, kelompok ini kebanyakan tinggal bersama orang tua di perkotaan dan mereka bergaul cukup dekat dengan lawan jenisnya. Kelompok ini didominasi oleh pria, dan banyak ditemui di Jakarta dan Surabaya. Mereka lebih memilih menonton film terbaru di bioskop ketimbang makan di luar.

Conformist berbanding terbalik dengan Conservative. Kelompok ini menganggap pendapat masyarakat merupakan hal yang penting. Mereka memiliki perhatian besar terhadap sesama dan suka berbagi.

Sebagian besar mereka adalah perempuan yang tinggal di kota kecil yang masih menjunjung nilai-nilai kekeluargaan. Uang yang dimilikinya lebih banyak ditabung di bank atau diberikan kepada orang tua. Kelompok ini lebih banyak ditemui di Medan dan Surabaya.

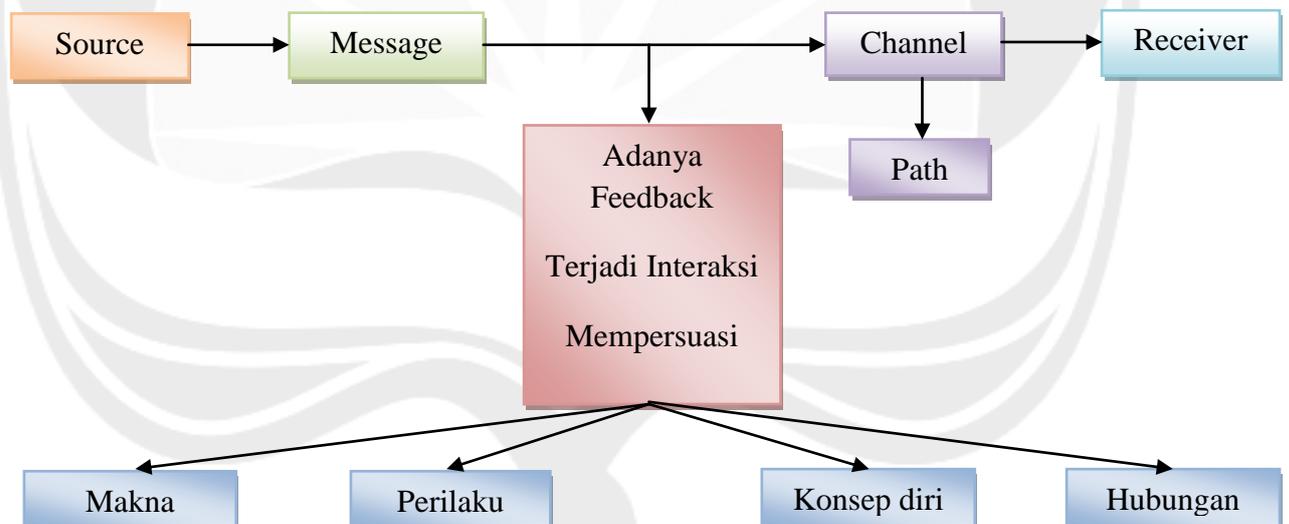
Meski sama-sama didominasi perempuan, Nesters memiliki karakter yang berbeda dari Conservative. Kelompok ini lebih banyak berkumpul dengan keluarga, sehingga cenderung tidak mengenal dunia luar. Bagi kelompok ini, karier dan pekerjaan tidak terlalu penting dibanding hubungan dengan keluarga. Mereka pun lebih memilih menabung di rumah ketimbang di bank. Kelompok ini lebih banyak tersebar di Bandung dan Medan.

Sementara itu Funksters mewakili kelompok remaja dari kalangan *the haves*, khususnya remaja laki-laki. Uang dan fasilitas yang dimilikinya berlimpah, sehingga memungkinkan mereka berpenampilan *sporty* dan menjadi *trend-setter*. Tagihan teleponnya terbilang cukup besar, karena selain berkomunikasi dengan anggota kelompoknya, mereka juga punya hobi *online* internet. Mereka cenderung terbuka dan lebih mementingkan gaya hidup ketimbang rutinitas pekerjaan sehari-hari. Kelompok ini banyak ditemui di kota besar yang juga menjadi *trend-setter* pergaulan anak muda, seperti Jakarta dan Bandung (http://202.59.162.82/swamajalah/sajian/details.php?cid=1&id=2367, 2005).

5. Kerangka Berpikir

Pada bagian kerangka berpikir, peneliti menjabarkan tentang rangkaian kerangka teori yang disusun secara sistematis kemudian diimplementasikan ke dalam penelitian yang akan peneliti lakukan. Alur kerangka berpikir dimulai dari model komunikasi Berlo, dilanjutkan pada proses komunikasi interpersonal yang terjadi di Path, kemudian dikaitkan dengan teori interaksi simbolik yang menghasilkan konsep diri. Penelitian ini ditujukan untuk melihat konsep diri seorang tipe pengguna aktif Path berusia remaja yang ditunjukkan melalui aktivitasnya sehari-hari di Path.

GAMBAR 1.7
Alur Kerangka Berpikir



Kerangka berpikir dimulai dari adanya komunikasi karena manusia tidak bisa lepas dari berkomunikasi, dan difokuskan pada komunikasi interpersonal karena dianggap paling berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri. Adanya *feedback* dan interaksi antarpribadi seperti orang lain dan *reference group* menjadi faktor yang mempengaruhi konsep diri.

Selain karena adanya interaksi simbolik yang membentuk konsep diri, konsep akan diri sendiri memberikan motif penting terhadap perilaku yang dilakukan seorang individu di dalam kehidupannya.

Model komunikasi menurut Berlo terdiri dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima) (Mulyana, 2007). *Source* atau komunikator yang dimaksud adalah pengguna aktif Path yaitu yang berusia 14-17 tahun dengan SES A dan B. *Message* atau pesan merupakan apa saja yang diposting oleh *source* di akun Path miliknya. Path menjadi *channel* antara *source* dan *receiver* dimana *receiver* merupakan *friends on Path* akun tersebut.

Peneliti menggunakan komunikasi interpersonal sebagai salah satu dasar teori karena ketika beraktivitas di dalam Path, tanpa disadari kita menjalani komunikasi interpersonal. Adanya *feedback* ketika memposting sesuatu di Path, terjadinya interaksi ketika saling berbalas *comment*, bahkan adanya *personal message* antar pengguna menjadikan aktivitas komunikasi di Path termasuk dalam komunikasi antarpribadi.

Adanya *feedback*, terjadinya interaksi di Path membuat peneliti lebih memfokuskan pada teori interaksi simbolik. Di dalam teori interaksi simbolik terdapat teori yang sesuai dengan apa yang ingin peneliti teliti. Peneliti ingin mengetahui bagaimana aktivitas dan interaksi di jejaring sosial Path yang menunjukkan konsep diri remaja berusia 14-17 tahun dengan SES A dan B. Peneliti sengaja memilih remaja kelas 12 SMA karena dianggap dapat mewakili kelompok usia remaja dan lokasi yang

dipilih adalah SMA Santo Bellarminus Bekasi karena dianggap memiliki siswa dengan status ekonomi A dan B.

Teori interaksi simbolik mengangkat tiga tema besar yaitu pentingnya makna bagi perilaku manusia, pentingnya konsep diri, dan hubungan antara individu dan masyarakat (West & Turner, 2008). Interaksi yang terjadi antara komunikator dengan teman di Path baik teman sekelas, kakak kelas, keluarga, maupun kekasih diasumsikan dapat mengembangkan konsep diri sehingga komunikator menunjukkan bagaimana konsep dirinya di Path.

Pemahaman akan konsep diri sendiri yang terbentuk dan dikembangkan terus menerus nantinya akan mempengaruhi bagaimana komunikator berperilaku. Dalam Rakhmat (1991), konsep diri berperan dalam komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan diri yaitu *open area*, *blind area*, *hidden area*, dan *unknown area*. Namun harus diperhatikan mungkin adanya hambatan ataupun beberapa faktor lain yang membuat komunikator tidak menunjukkan konsep dirinya seperti aktivitas yang kurang di Path dan keterbukaan diri sebagai seorang pengguna Path dimana *unknown area* adalah area yang subjek sendiri tidak ketahui.

G. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor

dalam Moleong (1996) sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan dan meringkaskan berbagai kondisi dan situasi, serta berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2007).

Penelitian deskriptif berorientasi untuk memahami, menggali, dan menafsirkan arti dari peristiwa-peristiwa, fenomena-fenomena dan hubungan dengan orang-orang yang biasa dalam situasi tertentu (Iskandar, 2008, hal.204). Menurut Iskandar (2008), di dalam penelitian deskriptif kualitatif, interaksi simbolik merupakan tipe kerangka kerja penelitian utama yang harus diperhatikan oleh peneliti.

2. Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa dan siswi berumur 14-17 tahun dengan SES A dan B yang menjadi pengguna aktif di jejaring sosial Path. Peneliti mengasumsikan bahwa umur 14-17 merupakan masa usia remaja yang sedang mengalami redefinisi konsep diri. Peneliti memilih siswa/i dengan SES A dan B

karena berpendapat bahwa SES A dan B diasumsikan menggunakan *gadget* yang di dalamnya terdapat jejaring sosial Path.

Maka dari itu lokasi penelitian yang dipilih peneliti adalah siswa-siswi kelas 12 SMA Santo Bellarminus Bekasi sebagai pengguna aktif jejaring sosial Path mereka. Siswa/i kelas 12 SMA Santo Bellarmnius Bekasi yang dianggap aktif dalam bersosialisasi di jejaring sosial Path. Nantinya akan dipilih beberapa informan untuk diamati melalui observasi maupun wawancara mendalam.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti pilih untuk memperoleh informan penelitian adalah dengan cara wawancara, observasi kegiatan informan di sekolah, dan memantau aktivitas informan di akun Path mereka.

a. Pengumpulan Data Primer

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dianggap cocok dan menghasilkan data yang diperlukan adalah wawancara mendalam dan observasi. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan

informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungin, 2007).

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya yaitu telinga, penciuman, mulut dan kulit (Bungin, 2007, hal.115). Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mengamati aktivitas informan di sekolah setiap harinya selama proses wawancara kemudian dianalisis dengan hasil wawancara. Observasi dilakukan setelah mendapatkan hasil wawancara.

b. Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yang dipergunakan oleh peneliti adalah *media uses diaries*. *Media uses diaries* yang digunakan adalah Path, dimulai dengan mencatat setiap *posting* yang dilakukan oleh subjek, apa saja yang di *posting*, kapan dan berapa kali melakukan aktivitas di Path serta bagaimana komentar atau efek setelah memposting sesuatu di akun miliknya.

4. Metode Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi,

dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Setelah dibaca, dipelajari, dan ditelaah maka langkah berikutnya adalah reduksi data dengan jalan membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataannya yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Langkah selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan. Satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Kategori-kategori dilakukan sambil membuat koding, dan tahap terakhir dari analisis data adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data (Moleong, 1996).

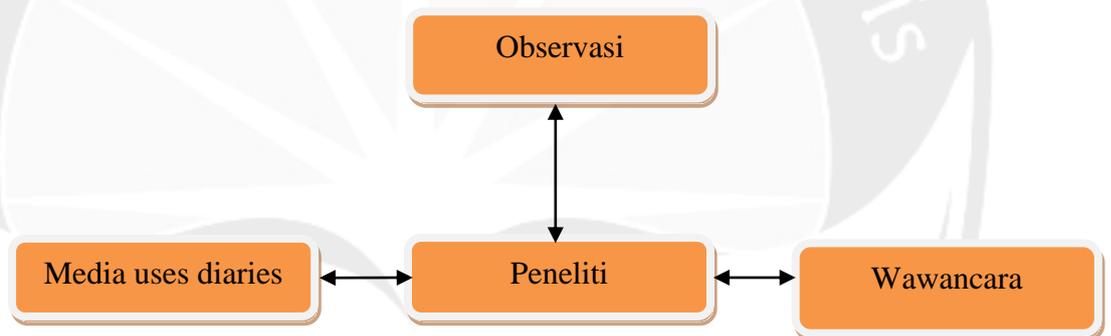
Pemeriksaan keabsahan data disebut juga triangulasi data. Menurut Moleong (2001) penelitian yang menggunakan teknik triangulasi dalam pemeriksaan melalui sumbernya artinya membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda (Iskandar, 2008, hal.230).

Triangulasi data dilakukan dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan apa yang dikatakan oleh seseorang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan, dan membandingkan perspektif dan keadaan seseorang dengan

berbagai pendapat dan pandangan orang lain (Iskandar, 2008). Peneliti menggunakan metode triangulasi data dengan cara membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

Triangulasi data dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu (Iskandar, 2008). Dalam penelitian ini peneliti memilih triangulasi teknik untuk pengecekan data yaitu dengan memilih tiga teknik lain selain wawancara, yaitu observasi dan *media uses diaries*.

GAMBAR 1.8
Triangulasi dengan Tiga Teknik



5. Matriks Penelitian

Teori	Turunan	Pertanyaan
Model Komunikasi Berlo	Komunikator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kamu awalnya menjadi pengguna Path? 2. Apa saja yang ingin kamu sampaikan di dalam Path?
	Pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan apakah yang biasa kamu posting? 2. Mengapa kamu memposting hal tersebut?
	<i>Channel</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Darimana kamu mengetahui tentang jejaring sosial Path? 2. Mengapa kamu menggunakan Path sebagai salah satu saluran komunikasi sehari-hari?
	Komunikasikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa saja yang menjadi penerima pesan ketika kamu berkomunikasi di Path? 2. Adakah orang tertentu yang kamu jadikan sasaran komunikasi? mengapa?
Komunikasi Interpersonal	Adanya <i>feedback</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika memposting sesuatu, <i>feedback</i> seperti apa yang kamu harapkan? mengapa? 2. Bagaimana kamu menghadapi <i>feedback</i> penerima pesan di Path?
	Terjadi interaksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa saja yang paling sering berinteraksi dengamu

		<p>di Path?</p> <p>2. Apa tujuanmu berinteraksi di Path?</p> <p>3. Bagaimana interaksi yang terjadi antara kamu dan penerima pesan di Path?</p>
	Mempersuasi	<p>1. Bagaimana efek dari interaksi antara kamu dan komunikan di Path?</p> <p>2. Apakah aktivitasmu di Path mendorongmu untuk mencoba hal baru? mengapa dan berikan contohnya.</p>
Interaksi simbolik	Pentingnya makna bagi perilaku manusia	<p>1. Makna apa yang tersimpan dari pesan yang kamu posting di Path?</p> <p>2. Apakah pesan yang kamu posting merefleksikan perilaku sehari-harimu?</p>
	Pentingnya konsep mengenal diri	<p>1. Bagaimana tanggapan dirimu atas respon dari penerima pesan di Path?</p> <p>2. Bagaimana kesanmu ketika bertukar peran menjadi penerima pesan?</p>
	Hubungan antara individu dan masyarakat	<p>1. Apakah respon dari mereka mempengaruhi hubunganmu dengannya?</p> <p>2. Apakah latar belakang budaya mempengaruhi</p>

		<p>aktivitasmu di Path?</p> <p>3. Apakah kamu menjalin pertemanan di Path dengan orang yang tidak kamu kenal?jka ya,bagaimana kamu berinteraksi dengannya?</p>
Konsep diri	Penilaian psikologis	<p>1. Bagaimana kamu menilai perubahan dalam diri kamu setelah dan sebelum berinteraksi di Path?</p> <p>2. Apakah aktivitas di Path mempengaruhimu secara emosional?jika ya,apa yang mempengaruhi?dan mengapa?</p> <p>3. Perubahan seperti apa yang kamu lakukan setelah menjadi pengguna aktif Path?</p>
	Penilaian sosial	<p>1. Bagaimana pandangan orang lain setelah kamu menggunakan Path dalam kehidupan sehari-hari?</p> <p>2. Apa yang kamu lakukan agar orang menyukaimu di Path?</p> <p>3. Apakah ada perubahan yang kamu lakukan dalam bersosialisasi/bergaul</p>

		setelah menggunakan Path?
	Penilaian fisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana caramu menilai dirimu secara fisik sebelum dan setelah menggunakan Path? 2. Apakah ada perubahan dari segi fisik secara nyata yang kamu lakukan setelah menggunakan jejaring sosial Path?
	Faktor yang mempengaruhi konsep diri (orang lain dan <i>reference group</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa aja di dalam Path yang kamu anggap berpengaruh pada aktivitasmu di Path? 2. Apa saja yang mereka posting dan apa yang kamu lakukan setelah mengetahui postingan mereka?
Pengaruh konsep diri pada komunikasi interpersonal	Keterbukaan diri (Johari Window)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kamu memandang dirimu sendiri sekarang? 2. Sebenarnya karakter seperti apa yang kamu harapkan muncul dalam dirimu? 3. Bagaimana kamu menginformasikan semua hal tersebut tentang dirimu di Path?
	<i>Open area</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hal apa dalam dirimu yang kamu ketahui dan tunjukkan

		ke orang lain di Path?
	<i>Hidden area</i>	1. Hal apa dalam dirimu yang kamu ketahui namun tidak kamu tunjukkan ke orang lain selain di Path?
	<i>Blind area</i>	1. Hal apa dalam dirimu yang tidak kamu ketahui namun orang lain menunjukkannya di Path?
	<i>Unknown area</i>	1. Pernahkah ada hal dalam dirimu yang orang lain tidak tahu dan kamu sendiri tidak ketahui yang terungkap di Path?
Jejaring sosial Path		<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak kapan kamu menggunakan Path? 2. Mengapa kamu memasang foto dan cover foto tersebut? 3. Siapa saja teman yang kamu <i>add</i> dan yang di <i>accept</i>? 4. Aktivitas apa yang paling sering kamu posting?
Pengguna Aktif		1. Termasuk dalam kategori pengguna jejaring sosial apakah kamu?