

SKRIPSI
EKSISTENSI DIRI ‘CALABAI’ MELALUI SOSIAL MEDIA
(Suatu Kajian Studi Naratif)

OLEH:
ISMI AMIR
E31115012



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2019



EKSISTENSI DIRI ‘CALABAI’ MELALUI SOSIAL MEDIA
(Suatu Kajian Studi Naratif)

OLEH:
ISMI AMIR
E31115012

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN

2019



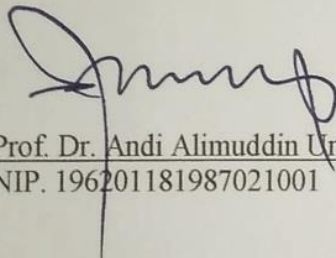
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Eksistensi Diri 'Calabai' Melalui Sosial Media
(Suatu Kajian Studi Naratif)
Nama Mahasiswa : Ismi Amir
No. Pokok : E311 15 5012

Makassar, 21 Maret 2019

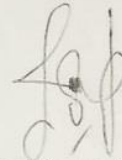
Menyetujui,

Pembimbing I



Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.
NIP. 196201181987021001

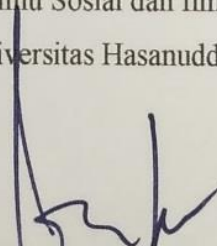
Pembimbing II



Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si.
NIP. 197306172006042001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si.
NIP. 196312101991031002



HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelas kesarjanaaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Program Studi Broadcasting Pada Senin Tanggal 20 Mei Tahun 2019

Makassar, 20 Mei 2019

TIM EVALUASI

Ketua : Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si. (.....)

Sekretaris : Sitti Murniati Muhtar, S.Sos., SH, M.Si. (.....)

Anggota : 1. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si. (.....)

2. Andi Subhan Amir, S.Sos., M.Si. (.....)

3. Dr. Rahman Saeni., M.Si (.....)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Eksistensi Diri ‘Calabai’ Melalui Sosial Media (Suatu Kajian Studi Naratif) sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar kesarjanaan pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Serta tak lupa pula penulis kirimkan salawat dan taslim kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang seperti saat ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini sungguh banyak hambatan yang dihadapi, akan tetapi semuanya dapat teratasi berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, arahan, dan saran. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang tua tercinta Bapak

H. Amiruddin dan Mama Hj. Tasniati tiada henti-hentinya penulis mengucapkan banyak terima kasih atas didikan, pengorbanannya untuk melanjutkan pendidikan penulis sampai jenjang ini dan doa tulus yang tiada henti, tempat terakhir untuk berkeluh kesah serta perhatian dan cinta kasih yang senantiasa mengiringi penulis hingga menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



2. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Unhas, Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si. serta Bapak Ibu dosen Departemen Ilmu Komunikasi atas segala ilmu, petunjuk dan bimbingannya.
3. Prof Dr. Andi Alimudin Unde, M.Si selaku pembimbing I sekaligus pembimbing akademik (PA) selama 4 tahun terima kasih atas waktu dan masukannya.
4. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing II yang selalu memberi masukan, nasihat, pengetahuan baru serta bersedia mendengar dan memahami maksud penulis dalam skripsi ini. Sekali lagi penulis haturkan terima kasih banyak sudah baik dalam membimbing.
5. Ibu Ida, Pak Herman dan Ibu Ima, terima kasih sudah sering senyum dan atas kebaikan hatinya serta bantuannya dalam kepengurusan berkas administrasi.
6. Ibu Murni yang membuat peneliti nyaman ketika berada di Perpustakaan.
7. Kedua adik tersayangkuuuuu Saiful Amir dan Selvy Almira yang menjadi pengingat akan tanggung jawab besar ketika kalian lahir. *Sayangki'*.
8. Mama Yaya, Tante Sitti, Mama Ati, dan Bapak Undi terima kasih sudah menjaga dan merawat Mama ketika penulis berada di Makassar.

...epupu sekaligus adik angkatan di kampus, Nini. Terima kasih sudah
...bersedia mendengar cerita peneliti dan menemani selama penelitian.



10. Informan penulis H. Jahar, A. Muh Yunus dan Husen, terima kasih sudah sangat baik memberi pengetahuan baru dan menyediakan waktunya untuk wawancara.
11. Pak Uttha, guru SMA penulis yang sangat berjasa dalam proses masuk kampus ini.
12. Teman-teman SMA yang sama-sama berjuang di kota Makassar. Isna, Arjun, Lusi, Ramlah, Evi dan Zura
13. Tim Ramsis Heboh. Isna, Fika, Nini, Ani, Kak Ana, Indah dan Binti. Semoga selalu heboh, kalian membuat hidup peneliti penuh guyonan.
14. WADON, Grup ‘baku bawa’ yang menyenangkan dan selalu membahagiakan peneliti. Terima kasih Ughyatmi Akhmad, Rezky Fitriani Harun Ode, Dewi Halida Safarina, Citra, Anugrah Apriandini, Aryun Khairunnisa dan Fitrah Yushariani Puluhulawa.
15. Teman Kajian, Nur Armi dan Hanry Febryan yang sudah banyak memberi masukan dan sabar mendengar berbagai masalah peneliti.
16. Geng Kalibata, magang yang bermanfaat bersama teman yang bermanfaat seperti Megi, Milsya dan Iman.
17. Grup Ada Job Ingat Teman, terima kasih sudah memberi kesempatan penulis untuk bekerja teruntuk Nesyi, Imphe, Fikal, Tadir Hisyam, Amin

an Isul.



18. Adik-adik yang menggemaskan Resky (RW), Rani, Rasti, Kiki, Abdi dan Febi
19. CULTURE 2015, Angkatan paket komplit yang membuat penulis terlanjur sayang. *Sayangki' semua.*
20. KOSMIK, penulis haturkan banyak terima kasih telah memberikan ruang belajar. Kakak URGENT, TREASURE, BRITICAL, FUTURE serta adik POLARIS, CAPTURE dan ALTOCOMULUS. Terima kasih sudah menjadi keluarga baru di kampus.
21. BEM KEMA FISIP UNHAS, penulis banyak mendapat rekan baru dan pengetahuan baru di sini. Terima Kasih.
22. Teman KKN Angkatan 99 Kel. Anrong Appaka Kec. Pangkajene Kab. Pangkep kepada Fika, Ulfa, Syarah, Ian dan Kak Iqbal. Terima kasih atas perhatian, dukungan dan kepercayaan selama 45 hari kita serumah.
23. Pihak-pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih dan jauh dari kesempurnaan. Olehnya, saran serta kritik yang membangun akan menjadi masukan yang sangat berguna bagi penulis.

Akhir kata, penulis persembahkan skripsi ini kepada semua pembaca, semoga bermanfaat dan berguna untuk semuanya. Tak lupa



permohonan maaf penulis hanturkan atas segala kekhilafan, *Aamiin Ya Rabbal Alamin...*

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 27 April 2019

ISMI AMIR



ABSTRAK

Ismi Amir: E31115012. Eksistensi Diri ‘Calabai’ Melalui Sosial Media (Suatu Kajian Studi Naratif) (Dibimbing Oleh Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti).

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk menganalisis eksistensi diri ‘calabai’ dalam menggunakan Sosial Media. 2) Untuk menganalisis perbedaan tampilan diri ‘calabai’ dalam realitas dunia maya dan dunia nyata. 3) Untuk mengkategorisasi faktor-faktor yang mendorong eksistensi ‘calabai’ dalam menggunakan Sosial Media.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan dan Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Tipe penelitian ini menggunakan tipe kualitatif deskriptif naratif. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan cara partisipan dan wawancara mendalam kepada para Informan yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data sekundernya diperoleh dari sumber yang sudah ada melalui penelusuran bahan bacaan seperti buku, jurnal, skripsi dan artikel diinternet yang terkait dengan penelitian ini. Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa ‘calabai’ sangat eksis di sosial media karena merasa memiliki wadah baru untuk berbisnis, bercerita serta bergaul dengan rekan-rekannya dengan bebas di sosial media. Dalam penggunaan paket data mereka menggunakan paket data *unlimited* agar dapat bebas mengakes sosial medianya. Foto atau video yang ‘calabai’ kerjakan seperti *jennang/koki*, perias pengantin, *pagattung lamming*, *indo’ botting*, penyanyi, *endorsment* serta makanan dan hijab yang mereka jual secara *online* juga diunggah di sosial media karena ‘calabai’ merasa harus tetap eksis di sosial media untuk memberitahu kepada masyarakat bahwa kehadiran mereka tidak dapat dipandang negatif bahkan seorang ‘calabai’ dapat mengerjakan pekerjaan lebih telaten daripada wanita tulen. Adapun perbedaan tampilan diri ‘calabai’ dalam realitas dunia maya dan dunia nyata faktanya berbeda-beda. Stratifikasi sosial sangat berpengaruh dalam tampilan seorang ‘calabai’, mengingat peran dan tanggung jawab yang mereka emban menjadi faktor yang sangat penting dalam penampilan karena sebuah penampilan menjadi cerminan banyak orang apalagi ketika diunggah di sosial media. Faktor-faktor yang mendorong eksistensi diri ‘calabai’ dalam menggunakan sosial media adalah ingin membuka diri ke masyarakat, membagikan informasi, menjalin pertemanan yang luas hingga mempromosikan pekerjaan. Lewat berbagai macam fitur yang ada di sosial media seorang ‘calabai’ dapat mendesain sendiri bagaimana bentuk unggahan yang akan mereka sebar sosial media.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kerangka Konseptual.....	7
E. Definisi Konseptual.....	19
F. Metode Penelitian.....	20
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
A. Konsep Diri.....	26
B. Konsistensi Diri.....	28
C. Model Johari Window.....	30
D. Teori Dramaturgi.....	32



E. New Media.....	34
F. Media Sosial.....	36
G. Facebook.....	40
H. Instagram.....	42
I. WhatsApp.....	45

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Deskripsi Kabupaten Bone.....	53
B. Sejarah kabupaten Bone.....	54
C. Letak Geografis.....	57
D. Letak demografis.....	58
E. Pendidikan.....	60
F. Kesehatan.....	60
G. Agama.....	60
H. Kemiskinan.....	61
I. Kesejahteraan.....	61
J. Arti Lambang.....	61
K. VISI MISI.....	63
L. Program Unggulan.....	65
M. Sejarah Kota Makassar.....	67
N. Deskripsi Kota Makassar.....	68

Letak Geografis.....70

Letak Demografi.....71

Pendidikan.....72



R. Kondisi Sosial Budaya.....	73
S. Arti Lambang Kota Makassar.....	75
T. VISI MISI.....	75
 BAB IV HASIL PENULISAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	77
B. Pembahasan.....	121
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	129
B. Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

 : Profil Informan.....	80
--	----



Tabel 4.2 : Jadwal Pertemuan Peneliti dengan Informan.....	81
Tabel 4.3 : Menemukan Informan.....	90
Tabel 4.4: Menemukan Informan.....	101
Tabel 4.5: Perbandingan Tampilan ‘Calabai’	112
Tabel 4.6: Faktor ‘calabai’ Tetap Eksis di Sosial Media.....	117
Tabel 4.7 : Panggung Depan ‘Calabai’.....	122
Tabel 4.8 : Panggung Belakang ‘Calabai’	122
Tabel 4.9 : Pengelolaan Kesan ‘Calabai’	123

DAFTAR GAMBAR



..1 Kerangka Konseptual.....	18
------------------------------	----

Gambar 1.2 Model Analisis Interaktif Miles dan Hubberman.....	24
Gambar 2.1 Logo Facebook.....	40
Gambar 2.2 Logo Instagram.....	42
Gambar 2.3 Logo WhatsApp.....	45
Gambar 3.1 Logo Kabupaten Bone.....	57
Gambar 3.2 Logo Kota Makassar.....	74
Gambar 4.1 Akun Facebook Informan H. Jahar.....	74
Gambar 4.2 : Akun <i>WhatsApp</i> Informan Yun-yun.....	75
Gambar 4.3 : Akun <i>Instagram</i> Informan Mak Ramlah.....	76
Gambar 4.4: Percakapan antara Peneliti dengan Yunyun.....	79
Gambar 4.5 : Percakapan antara Peneliti dengan Yunyun.....	80
Gambar 4.6 : Percakapan antara Peneliti dengan Yunyun.....	81
Gambar 4.7 : Percakapan antara Peneliti dengan Yunyun.....	82
Gambar 4.8 : Percakapan antara Haera Ilham dengan Mak Ramlah.....	83
Gambar 4.9 : Percakapan antara Haera Ilham dengan Peneliti.....	84
Gambar 4.10 : Percakapan antara Peneliti dengan Mak Ramlah.....	85
Gambar 4.11: Percakapan antara Peneliti dengan Mak Ramlah.....	86
Gambar 4.12 : Percakapan antara Peneliti dengan Mak Ramlah.....	87



Gambar 4.13 Profil Informan.....	90
Gambar 4.14 : Foto Hasil Kerja Informan.....	91
Gambar 4.15 : Foto Hasil Kerja Informan.....	91
Gambar 4.16 : Unggahan Status Informan.....	92
Gambar 4.17 : Unggahan Informan di Facebook.....	93
Gambar 4.18 : <i>Stories</i> Tentang Pekerjaan Informan.....	95
Gambar 4.19 : <i>Stories</i> Informan.....	96
Gambar 4.20 : <i>Stories</i> Informan.....	97
Gambar 4.21 : Unggahan Pekerjaan Informan.....	98
Gambar 4.22 : Unggahan Informan.....	102
Gambar 4.23 : Unggahan Saat Informan Ikut Festival Waria Bone Tahun 201....	103
Gambar 4.24 : Unggahan Saat Informan Ikut Festival Waria Bone Tahun 2017...	103
Gambar 4.25 : <i>Stories</i> informan mengikuti Festival.....	104
Gambar 4.26 : Foto <i>Before After</i> Informan.....	105
Gambar 4. 27 : <i>Stories</i> Informan.....	106
Gambar 4.28 : Unggahan Informan Ketika Sedang Berlibur.....	107
Gambar 4.29 : Unggahan Informan Sedang Bekerja.....	108
Gambar 4.30 : <i>Stories</i> Informan Mengenai Makanan Yang Ia Jual.....	109



Gambar 4.31 : Unggahan Informan.....	109
Gambar 4.32 : Unggahan Informan Ketika Ke Pesta Pengantin.....	112
Gambar 4.33 : Unggahan Informan Ketika Sedang Berlibur.....	113
Gambar 4.34 : <i>Stories</i> Informan Tentang Pekerjaannya.....	114



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya globalisasi membuat banyak negara berusaha menciptakan teknologi dan berusaha bersaing dengan negara lain, serta ingin menunjukkan eksistensi negaranya di dunia. Salah satu contoh, sekarang ini banyak sekali produk alat komunikasi yang multi fungsi (*gadget*) yang tersebar di seluruh negara. Dulu, kita mendengarkan musik menggunakan radio, mendapatkan informasi dari membaca media cetak, sekarang ini kita bisa mendapatkan semuanya hanya dengan satu alat yaitu *gadget*. Pemakaian gadget ini juga harus menggunakan internet agar dapat memperoleh informasi yang diinginkan dan berhubungan dengan publik yang lebih luas lagi.

Internet membantu para penggunanya dalam mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui media sosial. Media sosial merupakan situs dimana penggunanya dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan dapat menampilkan eksistensi diri mereka. Media sosial juga sebagai tempat untuk membagi kegiatan atau aktifitas pengguna. Pengguna juga tidak dirumitkan dalam pembuatan media sosial dan tidak ada batasan ruang dan waktu dimana pengguna dapat membuka media sosial dalam waktu 24 jam. Sehingga memberikan kecanduan bagi para pengguna media sosial. Masyarakat Indonesia banyak yang sudah menggunakan internet dan memakai berbagai macam media sosial diantaranya *Instagram, Facebook dan WhatsApp*.

Dasarkan penelitian yang dilakukan oleh We Are Social yang bekerjasama dengan Statista pada bulan Januari 2018, menyebutkan bahwa ada 130 juta orang yang terbilang aktif di media sosial. Laporan We Are Social



mengungkapkan bahwa total populasi Indonesia mencapai 265,4 juta jiwa, sedangkan pengguna internetnya setengah dari populasi, yakni sebesar 132,7 juta.

Bila dilihat dari jumlah pengguna internetnya, maka bisa dibilang seluruh pengguna internet di Indonesia sudah mengakses medsos. We Are Social mengatakan 132,7 juta pengguna internet, 130 juta diantaranya pengguna aktif di medsos dengan penetrasi 49%. Sedangkan dari jumlah perangkat, We Are Social mengatakan *unique mobile users* menyentuh angka 177,9 juta dengan penetrasi 67%. Fakta lainnya, orang Indonesia rata-rata menghabiskan waktu untuk berselancar di internet dengan berbagai perangkat hingga delapan jam 51 menit. Sementara, rata-rata berkecimpung di medsos dengan berbagai perangkat hingga tiga jam 23 menit. Detik.com (06 Oktober 2018).

Mengenai kecepatan koneksi internet, We Are Social mengatakan rata-rata kecepatan untuk fixed broadband mencapai 13,79 Mbps dan rata-rata kecepatan untuk mobile broadband mencapai 9,82 Mbps. Platform medsos yang paling digandrungi oleh orang Indonesia, di antaranya *YouTube* 43%, *Facebook* 41%, *WhatsApp* 40%, *Instagram* 38%, *Line* 33%, *BBM* 28%, *Twitter* 27%, *Google+* 25%, *FB Messenger* 24%, *LinkedIn* 16%, *Skype* 15%, dan *WeChat* 14%. Detik.com (06 Oktober 2018).

Media sosial digunakan sebagai tempat mengeluarkan pendapat dan saling membagi informasi satu sama lain. Manfaat seperti itu memberikan para pengguna motivasi untuk berprestasi dan di sisi lain media sosial digunakan sebagai tempat

diri para pengguna. Secara etimologi, istilah *existence* berasal dari bahasa *sto*, yang terdiri dari dua suku kata, *ex* dan *sistere* yang berarti muncul,



menjadi, atau hadir. Akar atau dasar eksistensi sendiri. Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu proses “menjadi” atau “mengada”. Jadi, eksistensi tidak bersifat kaku dan berhenti, melainkan lentur dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran tergantung pada kemampuan individu dalam mengaktualisasikan potensi - potensinya.

Salah satu konsep dasar eksistensi diri adalah Kebebasan dan Tanggung Jawab (*Independence and Responsibility*) yang artinya selalu menekankan kebebasan dan tanggung jawab sebagai struktur eksistensial manusia yang paling mendasar, dimana kebebasan dikaitkan dengan tanggung jawab memilih berbagai kemungkinan, membuat keputusan-keputusan, serta memilih tindakan-tindakan sesuai dengan kapasitas autentik.

Dalam sisi perkembangannya Indonesia semakin maju karena masyarakatnya tidak terisolasi dengan internet. Faktanya, konsumsi internet masyarakat Indonesia sangat tinggi dalam penggunaan media sosial. Dari banyaknya manusia yang menggunakan media sosial contohnya saja waria yang sangat eksis di sosial media, mereka eksis dengan sering mengunggah aktivitas keseharian dan menjajakan diri di sosial media sehingga pergerakan mereka lebih lancar dan aman. Penggunaan media sosial mengakibatkan berubahnya gaya komunikasi serta karakteristik masyarakat seperti membanggakan diri sendiri secara berlebihan atas apa yang dimilikinya (narsis). Dampak yang diberikan media sosial bagi masyarakat sangat beraneka ragam. Waria di Balikpapan tak mau ketinggalan menjajakan diri

akan media sosial (medsos). Salah satu waria berinisial I mengaku akun untuk mencari pelanggan. Menurut I, menjajakan diri melalui



medsos lebih mudah dan aman. Namun, dia harus menggunakan berbagai cara untuk menjerat pelanggan. Salah satunya dengan memasang foto gadis cantik dan juga menggunakan nama samaran. Dengan media sosial mereka bisa mengaktualisasikan diri, mengeksiskan diri dan memperluas pertemanan. Mereka bisa mengambil foto, mengedit serta mempublikasikan momen, serta menggunakan effect editing untuk menambah daya tarik terhadap estetika editing foto yang telah diambil. Dengan demikian media sosial untuk menunjukkan suatu tempat, momen, kejadian, karya maupun beriklan kepada rekan (*follower*). Jpnn.com (8Oktober 2018).

Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah waria yang besar. Menurut data statistik yang dimiliki Persatuan Waria Republik Indonesia, jumlah waria yang terdata dan memiliki Kartu Tanda Penduduk mencapai 3.887.000 jiwa pada tahun 2007. Saat ini menurut Kementerian Sosial Republik Indonesia bahwa belum adanya data yang akurat dan mutakhir tentang gambaran atau profil waria. Hal ini menyebabkan sulit merumuskan kebijakan dan program, serta rencana kerja bagi lembaga atau instansi terkait melaksanakan koordinasi secara terpadu. Jumlah waria di Indonesia termasuk di Sulawesi Selatan terbilang cukup banyak.

Masyarakat pada umumnya yang memiliki struktur normatif seperti ‘yang dianggap baik’, ‘yang dianggap seharusnya’ dan ‘yang menyangkut kepercayaan’. Stigma masyarakat tentang waria sudah menyalahi normatif yang ada yaitu ‘yang dianggap seharusnya’. Seorang laki-laki seharusnya menjadi laki-laki dengan

inannya dan perempuan seharusnya menjadi perempuan dengan
mannya serta keduanya diposisikan untuk berpasangan. Menyangkut hal



tersebut dalam kehidupan ekonomi, sosial, politik, budaya dan hukum, waria terkadang mendapat perlakuan tidak adil seperti pengucilan dari masyarakat atau sulitnya mengakses lapangan kerja dalam sektor formal.

Penelitian ini dilakukan pada Waria yang berada di Sulawesi Selatan karena menurut peneliti bahwa waria merupakan kelompok masyarakat yang minoritas, meskipun mereka tergolong minoritas tetapi pada kenyataannya kalau dipersentasekan menunjukkan jumlah waria semakin lama semakin bertambah, terutama di kota-kota besar seperti kota Makassar. Menurut penulis, waria secara universal merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji, karena realitasnya tidak semua orang mampu mengetahui secara komprehensif dan memahami bagaimana dan mengapa sosok waria dapat terbentuk dalam menjalani hiruk-pikuk kehidupan.

Dalam buku Sharyn Graham yang berjudul “*Challenging Gender Norms: Five Genders Among Bugis in Indonesia*” yang diterbitkan pada tahun 2007, Sharyn mengungkapkan fakta mengenai adanya pengakuan atas lima gender oleh Suku Bugis, Sulawesi Selatan. Suku Bugis memiliki empat jenis gender yaitu perempuan, laki-laki, calabai, calalai, dan bisu dengan simbol jempol itu *bura’ne* (laki-laki), kelingking itu *makunrai* (perempuan), telunjuk merupakan *calabai* (waria), jari manis adalah *calalai* (tomboi), dan jari tengah merupakan *bissu*.

Melihat fenomena di atas maka penulis tertarik untuk meneliti Eksistensi Diri Waria khususnya di Sosial Media. Terdapat penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan yang berjudul “Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Di

Siswa-Siswi SMAN 1 Makassar” disusun oleh Dwi Syahnaz Hazisah.

Penelitian ini, membahas tentang pengaruh *Instagram stories* terhadap eksistensi



diri dikalangan siswa-siswi SMAN 1 Makassar dan faktor-faktor yang mendorong siswa-siswi dalam memanfaatkan *Instagram stories*. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana eksistensi diri Waria dalam menggunakan Sosial Media, bagaimana perbedaan tampilan diri ‘Calabai’ dalam realitas dunia maya dan dunia nyata serta faktor-faktor apa saja yang mendorong Waria untuk meong-eksistensikan dirinya dalam menggunakan Sosial Media.

Berdasarkan gambaran di atas yang telah penulis bahas, maka penulis tertarik melakukan penelitian **“Eksistensi Diri ‘Calabai’ Melalui Sosial Media (Suatu Kajian Studi Naratif)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana eksistensi diri ‘Calabai’ dalam menggunakan Sosial Media?
2. Bagaimana perbedaan tampilan diri ‘Calabai’ dalam realitas dunia maya dan dunia nyata?
3. Faktor-faktor apa saja yang mendorong eksistensi diri ‘Calabai’ dalam menggunakan Sosial Media?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

Untuk menganalisis eksistensi diri ‘Calabai’ dalam menggunakan Sosial Media.



- b. Untuk menganalisis perbedaan tampilan diri ‘Calabai’ dalam realitas dunia maya dan dunia nyata.
- c. Untuk mengkategorisasi faktor-faktor yang mendorong eksistensi ‘Calabai’ dalam menggunakan Sosial Media.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini bermanfaat untuk:

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi kepada kalangan akademisi, khususnya Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin dalam penelitian mengenai Eksistensi Diri ‘Calabai’ di Sulawesi Selatan dalam menggunakan Sosial Media.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan kepada seluruh pembaca terkhusus Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin dalam mempelajari Eksistensi Diri ‘Calabai’ di Sulawesi Selatan dalam menggunakan Sosial Media.

D. Kerangka Konseptual

1. Konsep Diri

Berpikir mengenai dirinya sendiri adalah aktivitas manusia yang tidak dapat dihindari. Pada umumnya, secara harfiah orang akan berpusat pada dirinya sendiri. Sehingga *self* (diri) adalah pusat dari dunia sosial setiap orang. Sementara, seperti yang telah kita ketahui, faktor genetik memainkan



sebuah peran terhadap identitas diri atau konsep diri. Yang sebagian besar didasari pada interaksi dengan orang lain yang dipelajari dimulai dengan anggota keluarga terdekat kemudian masuk ke interaksi dengan mereka di luar keluarga.

William D. Brooks mendefinisikan konsep diri sebagai “Those psychical, Social and psychological perception with other”. Jadi konsep diri adalah pandangan dan perasaan tentang diri. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisik. Konsep ini bukan hanya gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian tentang diri. Jadi konsep diri meliputi apa yang dipikirkan dan apa yang dirasakan tentang diri.

Dasar dari konsep diri individu ditanamkan pada saat-saat dini kehidupan anak menjadi dasar yang mempengaruhi tingkah lakunya di kemudian hari. Konsep diri menurut Rogers (1997) adalah bagian sadar dari ruang fenomenal yang didasari dan disimbolisasikan yaitu “aku” merupakan pusat referensi setiap individu yang secara perlahan-lahan dibedakan dan disimbolisasikan sebagai bayangan tentang diri yang mengatakan “apa dan siapa aku sebenarnya” dan “apa sebenarnya yang harus aku perbuat”.

Jadi konsep diri adalah kesadaran batin yang tetap, mengenai pengalaman yang berhubungan dengan aku dan membedakan aku dari yang bukan aku. Untuk menunjukkan apakah konsep diri yang konkret sesuai atau terpisah dari perasaan dan pengalaman organismik.

Kartini Kartono dalam kamus besar Psikologinya menuliskan bahwa konsep diri merupakan keseluruhan yang dirasa dan diyakini benar oleh



seseorang mengenai dirinya sebagai, ego dan hal-hal yang dilibatkan di dalamnya. Konsep diri adalah keyakinan yang dimiliki individu tentang atribut atau cita-cita yang dimilikinya (Brehm dan Kassin, 1993) atau dapat dimengerti sebagai pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki individu tentang karakteristik atau ciri-ciri pribadinya (Worchel dkk,2000).

2. Eksistensi Diri

Menurut Abidin Zaenal (2007:16) eksistensi adalah : “Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada”. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya”.

Dasar dari eksistensi itu sendiri berawal dari pandangan bahwa manusia selalu hidup dalam bahaya yang tidak akan pernah lepas dari kecemasan, ketakutan dan fakta akan kematian (Rodgers & Thompson, 2015). Sehingga dengan adanya kondisi yang seperti ini mendorong manusia untuk mewujudkan eksistensi dirinya dengan merealisasikan untuk mencapai kehidupan yang lebih bermakna. Beberapa pengertian eksistensi yang dipaparkan diatas menurut para ahli.

Eksistensi diri merupakan segala kemungkinan yang apabila realisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu



manusia menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya sendiri dengan menyeleksi kemungkinan-kemungkinan yang ada disediakan dalam kehidupan (Rodgers & Thompson, 2015).

Keterlibatan internal secara aktif dari individu mendorong seseorang untuk meningkatkan kesadaran pribadi (*sel awarness*) memiliki beberapa elemen yang mengacu pada identitas spesifik dari individu salah satunya adalah konsep diri yang di dalamnya terdapat pula proses menghargai diri sendiri (*sel esteem*). Konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat informasi yang diberikan orang lain pada diri individu, dengan mengetahui diri individu seseorang dapat pula melihat eksistensi diri dalam dirinya. Eksistensi dapat diartikan dengan ada, eksistensi muncul karena kesadaran akan keberadaan sesuatu atau seseorang.

Self-disclosure disebut sebagai membuka diri atau penyingkapan diri. Penyingkapan diri adalah membeberkan informasi tentang diri sendiri. Banyak hal yang dapat diungkapkan tentang diri melalui ekspresi wajah, sikap tubuh, pakaian, nada suara, dan melalui isyarat-isyarat non verbal lainnya yang tidak terhitung jumlahnya meskipun banyak diantara perilaku tersebut tidak disengaja, namun, penyingkapan diri yang sesungguhnya adalah perilaku yang disengaja. Penyingkapan diri tidak hanya merupakan bagian integral dari komunikasi dua orang, penyingkapan diri telah sering

muncul dalam konteks hubungan dua orang daripada dalam konteks komunikasi lainnya (Bunga Aranda: 2006).



Tingkat keterbukaan diungkapkan dengan model Johari Window. Dalam Johari Window diungkapkan, di dalam diri manusia terdapat empat sel/jendela/bagian. Setiap sel mewakili bagian diri yang berbeda. Keempat sel itu adalah *open self*, *blind self*, *hidden self* dan *unknown self*. Model ini menekankan bahwa jendela yang satu tidak terpisah dengan yang lain. Jika pada satu sel terjadi pembesaran, maka sel yang lain akan mengecil.

Adapun konsep teori jendela Johari ini terbagi menjadi empat bagian di antaranya sebagai berikut:

1. *Open self*

Open self atau wilayah terbuka merupakan suatu keadaan dimana seseorang saling terbuka terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Pada wilayah terbuka ini, seseorang akan terbuka mengenai sifat, perasaan, kesadaran, perilaku, dan motivasi. *Open self* dalam ilmu psikologi digambarkan dengan sifat *extrovert* pada diri seseorang.

Orang yang berada pada wilayah terbuka lebih mudah menjalin komunikasi dengan siapapun. Hal ini berpengaruh terhadap interaksi antara individu atau kelompok untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Seseorang yang berada dalam wilayah terbuka ini seperti ketika baru mengenal seseorang, ia lebih cenderung melemparkan senyum, menyapa lebih awal, menjabat tangan, dan lebih banyak bercerita mengenai dirinya sendiri.

Blind self



Blind self atau wilayah buta merupakan kondisi dimana orang lain dapat memahami sifat, perasaan, pikiran, dan motivasi seseorang, tetapi orang tersebut tidak dapat memahami dirinya sendiri. Wilayah buta ini sering terjadi dalam interaksi manusia yang dapat menimbulkan kesalahpahaman atau permasalahan lainnya.

Seseorang yang berada dalam *blind self* cenderung tidak dapat menciptakan komunikasi efektif, sehingga timbul berbagai permasalahan. Misalnya, orang yang biasanya bersikap ‘sok’ asik ketika bertemu dengan orang baru, padahal dirinya sendiri merupakan seorang yang pendiam. Ia tidak dapat menilai dirinya sendiri sebagaimana sifat, perilaku, dan pikiran yang ia miliki, tetapi orang lain dapat menilainya. Hal ini sering disebut sebagai orang yang ‘munafik’.

3. *Hidden self*

Hidden self atau wilayah tersembunyi/ rahasia adalah keadaan dimana seseorang memiliki kemampuan untuk menyembunyikan atau merahasiakan sebagian hal yang dianggap tidak perlu untuk dipublikasikan kepada orang lain. Hal-hal yang dimaksud bisa berupa sifat, perilaku, motivasi, atau pemikiran. Misalnya, seseorang yang sudah bersahabat lama belum tentu dapat terbuka sepenuhnya ketika menceritakan kisah hidupnya seperti masalah keluarga dan masalah cinta karena ada beberapa orang yang merasa malu, takut, atau kecewa apabila menceritakan hal-hal tersebut kepada orang lain. Konsep ini terbagi menjadi dua, yaitu:



- *Over disclosed*, yaitu seseorang terlalu banyak menceritakan rahasianya, sehingga kemungkinan *hidden self* lebih kecil. Hal ini membuat seseorang berada di wilayah terbuka.
- *Under disclosed*, yaitu seseorang sedikit menceritakan rahasianya, tetapi hanya pada bagian-bagian tertentu, sehingga seseorang cenderung berada di wilayah rahasia.

4. *Unknown self*

Unknown self atau wilayah tak dikenal merupakan kondisi seseorang yang tidak dapat memahami dirinya sendiri bahkan orang lain pun tidak dapat mengenalinya. Wilayah ini merupakan wilayah yang tidak dapat menciptakan interaksi dan komunikasi yang efektif karena keduanya sama-sama merasa tidak ada pemahaman. *Unknown self* disebut juga sebagai konsep diri tertutup atau *introvert*, dimana seseorang tidak mau menerima masukan atau *feedback* dari orang lain.

3. *New Media*

Pada era komunikasi interaktif saat ini, *net media* yang merupakan media yang berkembang. Media yang dimaksudkan di sini mencakup media digital, jaringan teknologi informasi dan komunikasi pada akhir abad ke-20. *New Media* atau media Online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang remediasi teknologi yang terdapat bersama dengan

computer digital (Creeber dan Martin, 2009).



Definisi lain mengemukakan, *new media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110).

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan. Kedua, era komunikasi cetak. Ketiga, era telekomunikasi dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Pakar komunikasi Denis McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa (2011) menjelaskan, ciri utama media baru yaitu :

- Adanya saling keterhubungan (interkonektivitas)
- Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan
- Interaktivitasnya
- Kegunaan beragam sebagai karakter yang terbuka
- Sifatnya yang ada dimana-mana

Media Sosial



Media sosial sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi. Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014). Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. Namun, menurut Nasrullah (2015), untuk menyusun definisi media sosial, kita perlu melihat perkembangan hubungan individu dengan perangkat media.

Menurut Chris Brogan (2010:11) dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial 101Tactic and Tips to Develop Your Business Online* mendefinisikan media sosial adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.

Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan dan lain-lain. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit



pula kerugian yang akan didapat seperti kecanduan dan sulit bergaul di dunia nyata.

Merujuk pada Eksistensi Waria dalam menggunakan sosial media tidak lepas dari komunikasi yang intens seperti komunikasi interpersonal. Adapun definisi komunikasi interpersonal menurut Littlejohn (1999) adalah sebagai salah satu komunikasi antar pribadi (interpersonal communications) atau komunikasi antar individu dengan individu.

Menurut Cangara (2010) komunikasi Interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Sedangkan definisi umum komunikasi interpersonal menurut Enjang (2009: 68) adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap peserta menangkap reaksi yang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal.

Selain itu, Kellerman dan Peter (2001) dalam bukunya *Interpersonal Communication* mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang memiliki karakteristik yaitu komunikasi terjadi dari satu orang ke orang lain, komunikasi berlangsung secara tatap muka dan isi dari komunikasi itu merefleksikan karakter pribadi dari tiap individu itu sebaik hubungan dan peran sosial mereka.

Dalam penelitian ini, penulis menghubungkan komunikasi interpersonal antara waria dengan peneliti mengenai keterbukaan mereka mengenai eksistensi diri di sosial media dengan kehidupan nyata mereka.



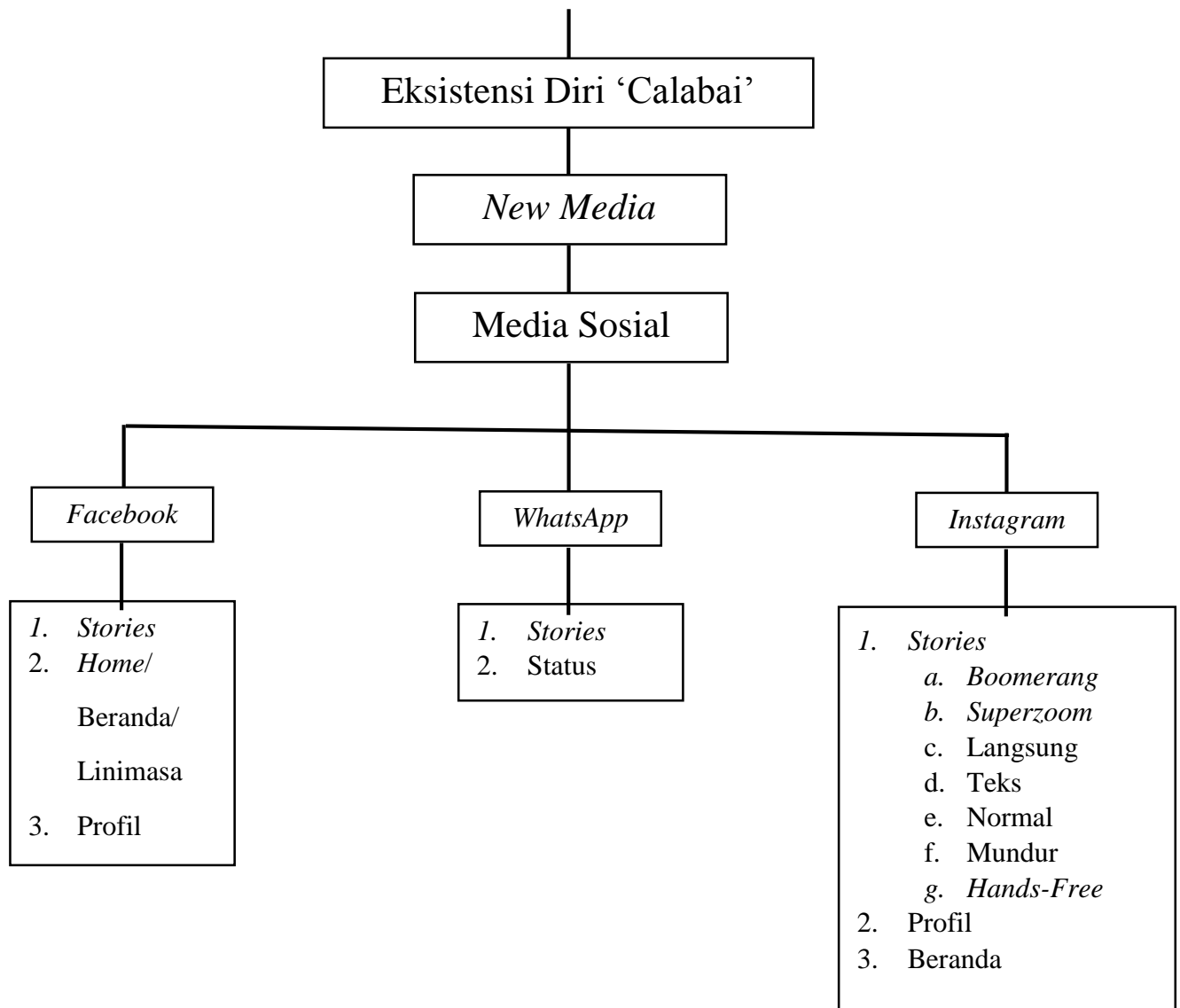
Jadi dapat diartikan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang membutuhkan pelaku atau personal lebih dari satu orang. Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Kegagalan komunikasi sekunder terjadi, bila isi pesan kita dipahami, tetapi hubungan di antara komunikan menjadi rusak. Anita Taylor mengatakan Komunikasi interpersonal yang efektif meliputi banyak unsur, tetapi hubungan interpersonal barangkali yang paling penting. Jadi, untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal, kita perlu meningkatkan kualitas komunikasi.

CMC (*Computer-mediated Communication*) merupakan salah satu sumber dalam meningkatkan kualitas komunikasi. Apalagi komunikasi interpersonal semakin berkembang dengan adanya internet. Salah satu contoh kasus sebagai berikut: Suatu hari dua orang yang berasal dari Sumatera dan Maluku bertemu secara *face-to-face*, lalu mereka memutuskan untuk bertukar alamat e-mail ataupun media lain masing-masing demi terus menjaga kelangsungan komunikasi keduanya. Lewat internet, mereka tetap bisa berkomunikasi walaupun jarak jauh. Dari kasus diatas, diawali dari komunikasi interpersonal, dua orang tersebut dapat mengembangkan komunikasi melalui CMC. Sehingga pola seperti itu akan diterapkan juga oleh peneliti demi kelancaran penelitian ini nantinya.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Konsep Diri



isi Operasional

onsep Diri

Konsep Diri adalah cara pandang dan sikap seseorang terhadap dirinya sendiri. Konsep diri sangat erat hubungannya dengan dimensi fisik, karakter individu, dan motivasi diri. Pandangan diri atau konsep diri ini mencakup berbagai kekuatan individual dan juga kelemahannya, bahkan termasuk kegagalannya.

2. Eksistensi Diri

Eksistensi atau pengakuan ialah suatu keadaan di mana seseorang ingin diakui dan dihargai oleh orang-orang di sekelilingnya. Eksistensi diri ini diwujudkan melalui video/foto agar mendapatkan pengakuan dari orang lain.

3. Media Sosial

Wadah mempublikasikan diri dengan kegiatan/barang/pakaian bagus saat mengunggah.

4. 'Calabai'

Fenomena yang menarik untuk dikaji, karena realitasnya tidak banyak orang mampu mengetahui secara komprehensif dan memahami bagaimana dan mengapa sosok waria dapat terbentuk dalam menjalani hiruk-pikuk kehidupan.

5. Sulawesi Selatan

Daerah Sulawesi Selatan yang memiliki data waria yang cukup banyak



le Penelitian

/aktu dan Tempat Penelitian

Proses penelitian ini direncanakan berlangsung selama 2 bulan, yaitu dari bulan Desember 2018 hingga Februari 2019. Adapun lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Itterung Kec. Tellusiattingnge Kab. Bone, Labekku Desa Bulu Tempe Kec. Tanete Riattang Barat Kab. Bone dan Jalan Sungai Poso 35, Kota Makassar.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif naratif. Menurut Bogdan dan Tylor sebagaimana yang dikutip oleh *Lexi Moleong* menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan data melalui bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif naratif, dikarenakan ada beberapa pertimbangan di antaranya adalah: penelitian ini bersifat menggambarkan, menguraikan suatu hal dengan apa adanya, maksudnya adalah data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata atau penalaran, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan kualitatif; penyajian data dilakukan secara langsung hakikat hubungan peneliti dengan responden, lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan kenyataan. Penelitian ini untuk menggambarkan bagaimana perilaku komunikasi ‘Calabai’ di Sulawesi Selatan.



teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari informan. Dalam pengumpulan data primer menggunakan teknik observasi partisipan dan wawancara mendalam dengan informan:

1) Observasi

Dalam penelitian ini dilakukan observasi secara partisipan dimana peneliti tidak hanya sekedar turun ke lapangan juga mengamati proses interaksi dan cara-cara informan dalam bersosialisasi serta turut dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh informan. Observasi yang dilakukan ,melalui rekan mahasiswa yang memiliki tetangga atau berteman dengan ‘calabai’. Informan pertama berasal dari Desa Itterung Kec. Tellusiattingnge Kab. Bone yang bernama H. Jahar adalah ‘calabai’ yang bekerja sebagai pemilik salon selama 15 tahun. Mengenal H. Jahar dari rekan SMA. Informan kedua berasal dari. Informan kedua berasal dari Labekku Desa Bulu Tempe Kec. Tanete Riattang Barat Kab. Bone yang bernama Andi Muhammad Yunus yang menjabat sebagai Sekretaris Waria Bone dan bekerja sebagai tenaga honorer di DISPORA Bone, mengenal informan dari informan pertama. Informan ketiga beralamat di Jalan Sungai Poso 35, Kota Makassar



bernama Husen atau biasa disapa Mak Ramlah, informan bekerja sebagai Selebgram (selebriti instagram) dan penyanyi, mengenal informan melalui rekan kuliah peneliti.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan secara terbuka yang sifatnya semi restruktur yang berarti pewawancara memiliki daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk tetap menanyakan pertanyaan-pertanyaan lain atau bebas. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, seperti pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti perlu mendengar secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari hasil studi kepustakaan untuk mendapatkan beberapa literatur terkait penelitian yang akan dilakukan. Untuk memperoleh data sekunder dilakukan dengan membaca sejumlah buku, hasil penelitian sebelumnya, situs internet dan bahan kuliah yang memiliki hubungan dengan masalah yang akan diteliti.

4. Informan

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive

sampling, yaitu menentukan informan dengan memberikan beberapa kriteria tertentu yang dibuat berdasarkan tujuan penelitian. Pengumpulan



data dilakukan dengan memilih informan yang dianggap layak dalam pemenuhan data.

Adapun kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. 3 'Calabai' di Sulawesi Selatan
- b. Usia minimal 20 tahun
- c. Memiliki sosial media (*Facebook, Instagram dan WhatsApp*)
- d. Aktif di sosial media
- e. Bersuku Bugis dan Makassar
- f. Domisili Sulawesi Selatan

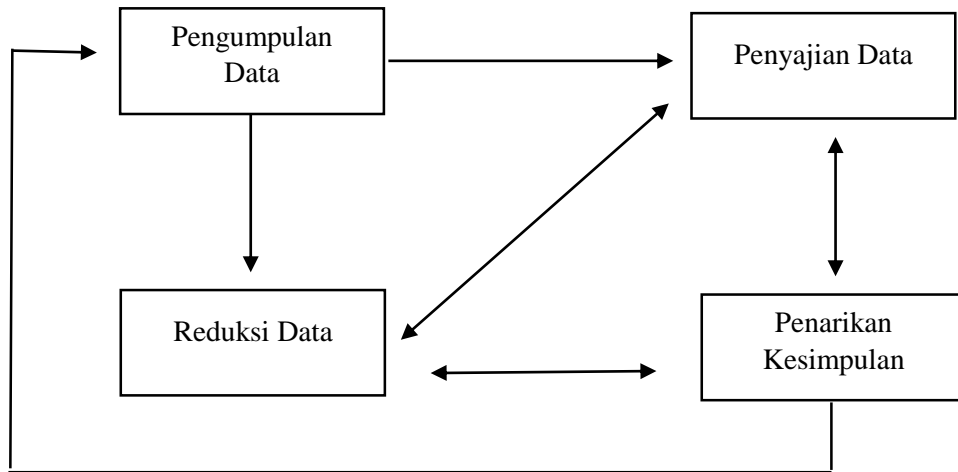
5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan saat pengumpulan berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Hal ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh.



Adapun aktivitas dalam analisis data, yaitu:

Gambar 1.2 Model Analisis interaktif Miles dan Hubberman



Sumber : Sugiyono (2013:335)

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi berupa kalimat-kalimat yang telah diperoleh dari wawancara secara mendalam dokumen dan kegiatan observasi. Data yang diperoleh merupakan data yang tidak terstruktur maka perlu dianalisis agar data menjadi restruktur.

b. Reduksi data

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data artinya memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting tentang

hasil temuan dan maknanya. Pada proses reduksi data, hanya temuan data atau temuan yang berkenaan dengan permasalahan penelitian saja yang direduksi. Dengan kata lain reduksi data digunakan untuk analisis yang



menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang tidak penting, serta mengorganisasikan data, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

c. Penyajian data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya. Fenomena sosial yang terjadi bersifat kompleks dan dinamis sehingga apa yang ditemukan saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung agak lama maka kemungkinan besar mengalami perkembangan data.

d. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang tepercaya dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya.

Kesimpulan dalam penelitian ini mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, mungkin juga tidak. Sebab masalah yang dirumuskan dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan mengalami perkembangan setelah dilakukan penelitian.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif berupa temuan baru yang belum ada

belumnya.



BAB 11

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Diri

Konsep diri adalah gagasan tentang diri sendiri yang mencakup keyakinan, pandangan, dan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri. Konsep diri terdiri atas bagaimana cara kita melihat diri sendiri sebagai pribadi, bagaimana kita merasa tentang diri sendiri, dan bagaimana kita menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana yang kita harapkan.

Konsep diri adalah kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisasi dengan kata lain, Konsep diri tersebut bekerja sebagai skema dasar. Diri memberikan sebuah kerangka berpikir yang menentukan bagaimana mengolah informasi tentang diri sendiri, termasuk motivasi, keadaan emosional, evaluasi diri, kemampuan, dan banyak hal lainnya (Baron, 2003).

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Konsep Diri

Menurut Centi (1993) mengemukakan konsep diri (*self concept*) tidak lain tidak bukan adalah gagasan tentang diri sendiri, konsep diri terdiri dari bagaimana kita melihat diri sendiri sebagai pribadi menjadi manusia sebagaimana yang diharapkan antara lain:

a. Inteligensi

Inteligensi mempengaruhi penyesuaian diri seseorang terhadap lingkungannya, orang lain dan dirinya sendiri. Semakin tinggi taraf inteligensinya semakin

penyesuaian dirinya dan lebih mampu bereaksi terhadap rangsangan



lingkungan atau orang lain dengan cara yang dapat diterima. Maka jelas akan meningkatkan konsep dirinya, demikian pula sebaliknya.

b. Pendidikan

Seseorang yang mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi akan meningkatkan prestasinya. Jika prestasinya meningkat maka konsep dirinya akan berubah.

c. Status Sosial Ekonomi

Status sosial seseorang mempengaruhi bagaimana penerimaan orang lain terhadap dirinya. Penerimaan lingkungan dapat mempengaruhi konsep diri seseorang. Penerimaan lingkungan terhadap seseorang cenderung didasarkan pada status sosial ekonominya. Maka dapat dikatakan individu yang status sosialnya tinggi akan mempunyai konsep diri yang lebih positif dibandingkan individu yang status sosialnya rendah.

d. Hubungan Keluarga

Seseorang yang mempunyai hubungan yang erat dengan seorang anggota keluarga akan mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan ingin mengembangkan pola kepribadian yang sama. Bila tokoh ini sesama jenis, maka akan tergolong untuk mengembangkan konsep diri yang layak untuk jenis seksnya.

e. Orang Lain

Kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu.

Sebagaimana anda mengenal diri saya, akan membentuk konsep diri saya.

Yovan (Rakhmat, 2005) menjelaskan bahwa individu diterima orang lain,



dihormati dan disenangi karena keadaan dirinya, individu akan cenderung bersikap menghormati dan menerima dirinya. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan dirinya, menyalahkan dan menolaknya, ia akan cenderung tidak akan menyenangi dirinya.

B. Eksistensi Diri

Kata eksistensi diri diartikan sebagai hal berada; keberadaan. Jika diaplikasikan dalam eksistensi diri yang digunakan dalam diri remaja untuk menggunakan media sosial sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi diri. Eksistensi diri diartikan sebagai usaha individu dalam mendapatkan pengakuan oleh orang lain tentang keberadaan dirinya. Dengan menggunakan media sosial, setiap individu berusaha untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain tentang eksistensi dirinya. Banyak cara yang dilakukan oleh individu untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Secara etimologi, eksistensialisme berasal dari kata eksistensi, eksistens berasal dari bahasa Inggris yaitu *excitence*; dari bahasa latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Beberapa pengertian secara terminologi, yaitu pertama, apa yang ada, kedua, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan ketiga adalah segala sesuatu (apa saja) yang di dalam menekankan bahwa sesuatu itu ada.

Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu

atau dengan kodrat inherennya) Lorens (2005) Sementara itu dalam



menggunakan media sosial, seseorang memiliki motif atau latar belakang yang menyebabkan dia menggunakan media sosial.

Menurut Abidin Zaenal (2007:16) eksistensi adalah : “Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada”. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya”.

Dasar dari eksistensi itu sendiri berawal dari pandangan bahwa manusia selalu hidup dalam bahaya yang tidak akan pernah lepas dari kecemasan, ketakutan dan fakta akan kematian (Rodgers & Thompson, 2015). Sehingga dengan adanya kondisi yang seperti ini mendorong manusia untuk mewujudkan eksistensi dirinya dengan merealisasikan untuk mencapai kehidupan yang lebih bermakna. Beberapa pengertian eksistensi yang dipaparkan diatas menurut para ahli.

Eksistensi diri merupakan segala kemungkinan yang apabila direalisasikan dapat mengarahkan individu pada keberadaan autentik, yaitu manusia menjadi dirinya sendiri, mengambil tanggung jawab untuk menjadi dirinya sendiri dengan menyeleksi kemungkinan-kemungkinan yang ada disediakan dalam kehidupan (Rodgers & Thompson, 2015).

Keterlibatan internal secara aktif dari individu mendorong seseorang untuk meningkatkan kesadaran pribadi (*sel awarness*) memiliki beberapa elemen yang

pada identitas spesifik dari individu salah satunya adalah konsep diri yang
nya terdapat pula proses menghargai diri sendiri (*sel esteem*). Konsep diri



adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat informasi yang diberikan orang lain pada diri individu, dengan mengetahui diri individu seseorang dapat pula melihat eksistensi diri dalam dirinya. Eksistensi dapat diartikan dengan ada, eksistensi muncul karena kesadaran akan keberadaan sesuatu atau seseorang.

C. Model Johari Window

Model Johari Window diungkapkan, di dalam diri manusia terdapat empat sel/jendela/bagian. Setiap sel mewakili bagian diri yang berbeda. Keempat sel itu adalah *open self*, *blind self*, *hidden self* dan *unknown self*. Model ini menekankan bahwa jendela yang satu tidak terpisah dengan yang lain. Jika pada satu sel terjadi pembesaran, maka sel yang lain akan mengecil.

Adapun konsep teori jendela Johari ini terbagi menjadi empat bagian di antaranya sebagai berikut:

1. *Open self*

Open self atau wilayah terbuka merupakan suatu keadaan dimana seseorang saling terbuka terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Pada wilayah terbuka ini, seseorang akan terbuka mengenai sifat, perasaan, kesadaran, perilaku, dan motivasi. *Open self* dalam ilmu psikologi digambarkan dengan sifat *extrovert* pada diri seseorang.

Orang yang berada pada wilayah terbuka lebih mudah menjalin komunikasi dengan siapapun. Hal ini berpengaruh terhadap interaksi antara individu atau kelompok untuk menciptakan komunikasi yang efektif.



Seseorang yang berada dalam wilayah terbuka ini seperti ketika baru mengenal seseorang, ia lebih cenderung melemparkan senyum, menyapa lebih awal, menjabat tangan, dan lebih banyak bercerita mengenai dirinya sendiri.

2. *Blind self*

Blind self atau wilayah buta merupakan kondisi dimana orang lain dapat memahami sifat, perasaan, pikiran, dan motivasi seseorang, tetapi orang tersebut tidak dapat memahami dirinya sendiri. Wilayah buta ini sering terjadi dalam interaksi manusia yang dapat menimbulkan kesalahpahaman atau permasalahan lainnya.

Seseorang yang berada dalam *blind self* cenderung tidak dapat menciptakan komunikasi efektif, sehingga timbul berbagai permasalahan. Misalnya, orang yang biasanya bersikap ‘sok’ asik ketika bertemu dengan orang baru, padahal dirinya sendiri merupakan seorang yang pendiam. Ia tidak dapat menilai dirinya sendiri sebagaimana sifat, perilaku, dan pikiran yang ia miliki, tetapi orang lain dapat menilainya. Hal ini sering disebut sebagai orang yang ‘munafik’.

3. *Hidden self*

Hidden self atau wilayah tersembunyi/ rahasia adalah keadaan dimana seseorang memiliki kemampuan untuk menyembunyikan atau merahasiakan sebagian hal yang dianggap tidak perlu untuk dipublikasikan

kepada orang lain. Hal-hal yang dimaksud bisa berupa sifat, perilaku, motivasi, atau pemikiran. Misalnya, seseorang yang sudah bersahabat lama



belum tentu dapat terbuka sepenuhnya ketika menceritakan kisah hidupnya seperti masalah keluarga dan masalah cinta karena ada beberapa orang yang merasa malu, takut, atau kecewa apabila menceritakan hal-hal tersebut kepada orang lain. Konsep ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- *Over disclosed*, yaitu seseorang terlalu banyak menceritakan rahasianya, sehingga kemungkinan *hidden self* lebih kecil. Hal ini membuat seseorang berada di wilayah terbuka.
- *Under disclosed*, yaitu seseorang sedikit menceritakan rahasianya, tetapi hanya pada bagian-bagian tertentu, sehingga seseorang cenderung berada di wilayah rahasia.

4. *Unknown self*

Unknown self atau wilayah tak dikenal merupakan kondisi seseorang yang tidak dapat memahami dirinya sendiri bahkan orang lain pun tidak dapat mengenalinya. Wilayah ini merupakan wilayah yang tidak dapat menciptakan interaksi dan komunikasi yang efektif karena keduanya sama-sama merasa tidak ada pemahaman. *Unknown self* disebut juga sebagai konsep diri tertutup atau *introvert*, dimana seseorang tidak mau menerima masukan atau *feedback* dari orang lain.

D. Teori Dramaturgi

Dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman dalam karyanya yang

Presentation of Self in Everyday Life tahun 1959 memaparkan konsep tentang diri (self) dengan sangat memikat. Goffman yang dilahirkan di



Alberta Canada, 11 Juni 1922 merupakan seorang ahli Sosiologi yang dianggap anggota aliran Chicago dan bercerita tentang diri dalam interaksionisme simbolik yang dikembangkan Mead. Dramaturgi yang berada di bawah payung interaksi simbolik mengembangkan konsep diri yang sangat dipengaruhi oleh pemikiran George Herbert Mead tentang ketegangan antara diri spontan, “I” (Aku) dan “Me” (Daku), diri yang dibatasi oleh kehidupan sosial.

Pikiran Goffman apa yang disebutnya sebagai “ketidaksesuaian antara diri manusiawi kita dan diri kita sebagai proses sosialisasi”. Misalnya menurut Goffman bahwa diri bukan milik sang aktor tetapi lebih sebagai hasil interaksi dramatis antara aktor dengan penonton. Berarti diri (self) merupakan pengaruh dramatis dari pementasan teatrikal yang ditampilkan. Pandangan Goffman tentang dramaturgi terinspirasi oleh pemikiran sosiolog Prancis Emile Durkheim dan Antropolog Inggris A.R. Redcliffe-Brown. Goffman dikenal sebagai interaksionis simbolis bersama George Herbert Mead, Charles H. Cooley, William I Thomas, dan Herbert Blumer (Baftiarti, 2011).

Kelebihan yang dimiliki Goffman sebagai teoritis melihat diri (self) dengan pemikiran sentral menganalisa tingkah laku manusia sebagai sebuah metafora teatrikal, yang dibagi menjadi panggung depan (front stage), panggung belakang (back stage) di mana orang-orang bertindak sebagai aktor yang mengelola kesan (impression management) agar penonton terkesan pada tampilan yang dipertontonkan (Baftiarti, 2011).



E. Teori Paradigma Naratif (Walter Fisher)

Paradigma naratif mengemukakan keyakinan bahwa manusia adalah seseorang pencerita dan bahwa pertimbangan akal ini, emosi, dan estetika menjadi dasar keyakinan dan perilaku kita. Manusia lebih mudah terbujuk oleh sebuah cerita yang bagus daripada argumen yang baik. Paradigma naratif mengkonsepkan bahwa manusia adalah pencerita dan manusia mengalami kehidupan dalam suatu bentuk narasi.

Logika narasi lebih dipilih dibandingkan logika tradisional yang digunakan dalam argumentasi. Logika narasi (logika dari pemikiran yang luas), menyatakan bahwa orang menilai kredibilitas pembicara melalui apakah ceritanya runtut (mempunyai koherensi) dan terdengar benar (mempunyai ketepatan). Paradigma naratif memungkinkan sebuah penilaian demokratis terhadap pembicara karena tidak ada seorang pun yang harus dilatih secara khusus agar mampu menarik kesimpulan berdasarkan konsep koherensi dan kebenaran.

Asumsi Paradigma Naratif

1. Manusia pada dasarnya adalah makhluk pencerita.
2. Keputusan mengenai harga diri dari sebuah cerita didasarkan pada “pertimbangan yang sehat”.
3. Pertimbangan yang sehat ditentukan oleh sejarah, biografi, budaya, dan karakter.

. Rasionalitas didasarkan pada penilaian orang mengenai konsistensi dan kebenaran sebuah cerita.



5. Kita mengalami dunia sebagai dunia yang diisi dengan cerita, dan kita harus memilih dari cerita yang ada.

Konsep Kunci dalam Pendekatan Naratif

Beberapa konsep kunci yang membentuk inti dari kerangka pendekatan naratif, yaitu:

1. Narasi, adalah deskripsi verbal atau nonverbal apapun dengan urutan kejadian yang oleh para pendengar diberi makna.
2. Rasionalitas naratif, adalah standar untuk menilai cerita mana yang dipercayai dan mana yang diabaikan.
3. Koherensi, adalah konsistensi internal dari sebuah naratif. Tiga tipe konsistensi dalam koherensi, yaitu:
 - Koherensi struktural, berpijak pada tingkatan dimana elemen-elemen dari sebuah cerita mengalir dengan lancar.
 - Koherensi material, merujuk pada tingkat kongruensi antara satu cerita dengan cerita lainnya yang sepertinya berkaitan dengan cerita tersebut.
 - Koherensi karakterologis, merujuk pada dapat dipercaya karakter-karakter didalam sebuah cerita.
4. Kebenaran, adalah reliabilitas dari sebuah cerita.
5. Logika dengan pertimbangan yang sehat, adalah seperangkat nilai untuk menerima suatu cerita sebagai benar dan berharga untuk diterima: memberikan suatu metode untuk menikai kebenaran. Hal ini berarti bahwa pertimbangan yang sehat manapun setara dengan yang



lainnya: ini berarti bahwa apapun yang mendorong orang untuk percaya sebuah naratif tergantung pada nilai atau konsepsi yang baik. (Richard, 2008).

F. New Media

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben, 1998:110).

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan. Kedua, era komunikasi cetak. Ketiga, era telekomunikasi dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan merubah keseluruhan spektrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi publik. Media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *Path* merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.

Tindak komunikasi melalui media secara intensif dapat dilakukan diantara

nya, di samping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang-orang bisa



merasa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain.

Melalui media sosial, aktivitas-aktivitas pengungkapan diri dapat dilakukan hampir tanpa hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti layaknya dalam jalinan komunikasi antarpribadi, dari tahapan orientation menuju stabel exchange bisa berjalan dengan intensif. Meskipun dampak negatif dari pemakaian media sosial juga tidak bisa dihindari.

Dalam catatan McQuail (2011), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu :

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan).
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media gateway, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web atau untuk mengakses Web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan kaburnya institusi media

McQuail (2010) juga menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu :

1. *Interactivity*

Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap waran dari sumber atau pengirim.



2. *Social Presence*

Dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Media Richness : Media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.

3. *Autonomy*

Seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.

4. *Playfulness*

Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.

5. *Privacy*

Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.

6. *Personalization*

Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

G. **Media Sosial**

Dalam kehidupan keseharian manusia modern, interaksi adalah kebutuhan, dimana jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang. Sosial media hadir membantu manusia menjawab segala tantangan dan memenuhi kewajibannya

makhluk sosial. Abugaza (2013). Kondisi ini terlihat berbeda jika gkan dengan kondisi sebelum adanya new media, khususnya *new media*



sosial yang menjadi trend baru dalam *new media* dewasa ini. Ardianto (2011). Hal ini berakar dari potensi media baru bagi akses yang terbuka dan konektivitas yang saat ini semakin menjadi realitas McQuail (2011).

Menurut Gunelius (2011) media sosial adalah penerbitan online dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, pekerlibatan, dan partisipasi. Pengertian media sosial atau dalam bahasa Inggris sosial media menurut tata bahasa, terdiri dari kata sosial yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan media adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan dimasyarakat diseluruh dunia.

1. Ciri-ciri media sosial KemendagRI (2014):

- a. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat.
- c. Isi disampaikan secara online dan langsung.
- d. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan

ndiri oleh pengguna

edia sosial menjadikan penggunanya sebagai creator dan aktor yang



memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.

- f. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).

2. Jenis-jenis media sosial

Menurut penelitian Overdrive (ovrdrv.com), suatu lembaga riset pemasaran, jenis aplikasi media sosial sedikitnya telah mencapai 240 aplikasi yang menawarkan ratusan cara berinteraksi KemendagRI (2014). Tentu saja dengan berbagai macam media sosial yang ditawarkan, maka pengguna akan memilih dan menggunakan lebih dari satu aplikasi media sosial untuk mereka berinteraksi melalui media sosial.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) 6 ada jenis media sosial yaitu:

a. Proyek Kolaborasi (Collaborative Projects)

Suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses oleh khalayak secara global. Ada dua sub kategori yang termasuk kedalam collaborative project dalam media sosial, yaitu :

- Wiki adalah situs yang memungkinkan penggunanya untuk menambahkan, menghapus, dan mengubah konten berbasis teks.

Contoh : wikipedia, wiki ubuntu-id, wakakapedia, dll.

- Aplikasi bookmark sosial, yang dimana memungkinkan adanya pengumpulan berbasis kelompok dan rating dari link internet atau

konten media. Contoh : social bookmark (del.icio.us, stumblepon,digg, reddit, technorati, lintas berita, infogoe), writing (cerpenista,



kemudian.com), reviews (amazon, goodreads, yelp).

b. Blog dan Mikroblog (Blogs and Microblogs)

Blog dan mikroblog merupakan aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk tetap posting mengenai pernyataan apapun sampai seseorang mengerti.

Blog sendiri ialah sebuah website yang menyampaikan mengenai penulis atau kelompok penulis baik itu sebuah opini, pengalaman, atau kegiatan sehari-hari. Contoh : blog (blogspot, wordpress, multiply, livejournal, blogsme, dagdigdug,dll) ,mikroblog (twitter, tumblr, posterous, koprol, plurk, dll)

c. Konten (*Content*)

Content communities atau konten masyarakat merupakan sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik itu secara jarak jauh maupun dekat, berbagi seperti video,*ebook*, gambar, dan lain-lain.

Contoh : *image and photo sharing* (flickr, photobucket, deviantart,dll), *video sharing* (youtube,vimeo, mediafire, dll), *audio and music sharing* (imeem, last.fm, sharemusic,multiply), *file sharing and hosting* (4shared, rapidshare, indowebster.com).

d. Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Sites*)

Situs jejaring sosial merupakan situs yang dapat membantu seseorang untuk membuat sebuah profil dan kemudian dapat menghubungkan dengan pengguna lainnya, situs jejaring sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung menggunakan profil pribadi atau akun pribadinya.

Contoh : *Friendster, Facebook, Linkedin, Foursquare, Myspace, Twitter, e,Path, Instagram, Snapchat, Askfm* dll.



e. *Virtual Game Worlds*

Dunia virtual, dimana mereplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya didunia nyata. Contohnya game *online* : *travian, three kingdoms, second life, e-republik, world of warcraft*, dll.

f. *Virtual Social Worlds*

Virtual social worlds merupakan aplikasi yang mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet. *Virtual social worlds* adalah situs yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam platform tiga dimensidengan menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Contoh : *map (wikimapia, googleearth), 3-commerce (enay,alibaba, juale.com, dll)*.

H. Facebook

Gambar 2.1 Logo Facebook



Sumber : Data Sekunder, 2019

Facebook adalah situs jejaring sosial yang dibentuk tahun 2004. Situs pertemanan ini berguna sebagai alat sosial untuk membantu orang-orang

nikasi lebih efisien dengan teman, keluarga atau rekan kerja. Sejauh ini, c mengembangkan teknologi-teknologi untuk berbagi informasi lewat



grafik-grafik sosial, yaitu pemetaan digital berupa hubungan sosial orang-orang di dunia nyata. Semua orang dapat bergabung di *Facebook* dan berinteraksi dengan orang-orang yang mereka kenal.

Facebook yang selama ini kita kenal terdiri dari fitur inti dan aplikasi inti. Fitur inti di *Facebook* adalah halaman awal atau *Home* dan *Profile*. Pada halaman awal, kita dapat melihat *News Feed*, yaitu deretan berita terbaru teman-teman di *Facebook* kita. *News Feed* ini bisa disortir sendiri oleh pengguna *Facebook* berdasarkan kategori *Top News* yang berasal dari aplikasi inti. Kategori *Top News* antara lain berisi: (1) *most recent news* yang mencakup semua berita terbaru teman-teman kita dari keseluruhan aplikasi inti; (2) *games*, menampilkan orang-orang yang memposting permainan virtual yang sedang mereka mainkan; (3) *status update*, berisi tulisan singkat tentang apa yang sedang orang-orang kerjakan/pikirkan; (4) *photo*, postingan foto-foto yang baru diunggah; (5) *link*; (6) *pages*; dan lain-lain tergantung dari seberapa banyak aplikasi yang kita miliki.

Profile sendiri merupakan tempat dimana kita bisa menampilkan informasi tentang diri. Sedangkan aplikasi inti berupa *Photos*, *Events*, *Video*, *Group*, dan *Pages*. Sebagai tambahan, pengguna *Facebook* juga dapat berkomunikasi dengan sesama teman melalui aplikasi *Chat*, *Personal Message*, *Wall Posts*, atau *Status Updates*. Aplikasi utama ini mempermudah orang-orang berhubungan dan berbagi informasi dengan bermacam-macam cara yang berbeda. Melalui *Facebook* pula, semua setiap harinya orang mengungkapkan perasaannya kepada teman-teman

melalui *status update*. *Status update* ini merupakan satu dari sekian banyak cara untuk mengetahui apa yang sedang orang lakukan.



Mereka dapat menjelaskan secara deskriptif, singkat, dan langsung pada intinya tentang apa yang sedang terjadi saat ini, hari ini atau pada minggu ini. Jika semua status *update* ini dikumpulkan, maka akan menunjukkan perasaan secara kolektif. Pelabelan Status *Update* mengindikasikan bahwa orang-orang harus memberikan kabar terbaru atau meng-*update* kepada teman-teman mereka melalui status. Dengan kata lain, Status *update* merupakan deskripsi diri berbasis teks, dibentuk secara optimal untuk memperoleh update tentang diri, yang kebanyakan berisi ungkapan emosi atau sikap.

I. *Instagram*

Gambar 2.2 Logo *Instagram*



Sumber : Data Sekunder, 2019

Kehadiran kamera berkualitas tinggi pada *smartphone* membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan. Orang akan mudah mengambil gambar dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan kamera *smartphone*. Dan biasanya setelah mengambil sebuah gambar, orang tersebut tidak sabar lagi untuk pamer. Dan akhirnya foto-foto tersebut di unggah ke sosial media seperti *Instagram*. *Instagram* memang menjadi pilihan utama anak-anak muda

untuk mengunggah foto-foto kegiatan yang sedang dilakukan.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke



berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Awalnya, Kevin dan Mike menciptakan aplikasi mobile web bernama Burbn. Aplikasi ini punya fitur semacam check-in lokasi, pengguna akan mendapatkan poin di aplikasi ini setiap kali mereka check-in saat bergaul dengan teman, unggah foto, dan banyak lagi. Tapi, karena fitur di dalam aplikasi Burbn terlalu banyak, mereka membuat aplikasi baru yang lebih simpel yaitu Instagram.

Jika aplikasi yang terdahulu punya banyak fitur, Kevin dan Mike sengaja membuat Instagram dengan 3 macam fitur, yaitu unggah foto, komentar dan suka. Sehingga, pengguna Instagram tidak perlu repot atau bingung untuk sosial media ini. Nama Instagram diambil dari kata insta yang berasal dari kata instan. Kata instan juga diambil dari cara kerja kamera Polaroid yang menghasilkan foto secara instan. Sehingga, lambang *Instagram* mirip seperti kamera Polaroid. Sedangkan gram, diambil dari kata telegram yang berarti cara kerjanya mengirimkan informasi secara cepat.

Perusahaan Burbn Inc yang berdiri pada tahun 2010 merupakan sebuah perusahaan teknologi start up yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telpon genggam. Pada awalnya perusahaan ini fokus terlalu banyak di dalam

peranti bergerak, namun Kevin Systrom dan Mike Krieger selaku CEO an ini memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Selama satu



minggu mereka terus mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, dan pada akhirnya mereka membuat versi pertama dari Burbn, namun pada versi yang pertama ini masih banyak kekurangan dan masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final dapat dijalankan di iPhone, namun isinya masih terlalu banyak fitur-fitur. Kevin System dan Mike Krieger merasa kesulitan untuk mengurangi fitur-fitur yang ada. Dan akhirnya mereka memulainya dari awal lagi yang memfokuskan pada bagian foto, komentar dan kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Dan inilah yang akhirnya menjadi *Instagram*.

Instagram terdiri dari dua kata *Insta* dan *Gram*. Kata *Insta* berasal dari kata Instan yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan, layaknya polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata *Gram* berasal dari kata Telegram yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Di *Instagram* kita dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Fitur-fitur di *Instagram* juga semakin banyak seperti, profil, beranda dan *stories* (*boomerang*, *superzoom*, langsung, teks, normal, mundur dan *hands-free*)

Karena *Instagram* mengalami perkembangan yang sangat luar biasa dan telah diakses oleh banyak orang di dunia, akhirnya pada 9 April 2012 Instagram diambil alih oleh *Facebook* dengan nilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Dulunya aplikasi *Instagram* ini hanya bisa didownload dari *App Store*, tetapi

dengan berkembangnya aplikasi ini akhirnya Instagram hadir di *Play Store* nya para pengguna android telah bisa menggunakan aplikasi *Instagram*



ini. Setelah setahun peluncurannya, pengguna *Instagram* semakin banyak bahkan telah mencapai 10 juta pengguna.

J. *WhatsApp*

Gambar 2.3 Logo *WhatsApp*



Sumber : Data Sekunder, 2019

WhatsApp didirikan pada tahun 2009 oleh dua orang pria bernama Brian Acton dan Jan Koum. Keduanya adalah mantan pekerja senior di raksasa *online Yahoo*. Keduanya sudah bekerja di *Yahoo* dalam waktu sekitar 20 tahun. Jan Koum yang awalnya punya ide menciptakan sebuah aplikasi yang bisa mem-broadcast status ketika seseorang tidak dapat dihubungi karena alasan tertentu. Koum pun mengajak Acton untuk bekerja sama dengannya. Jadilah kemudian mereka menciptakan perusahaan start up teknologi bernama *WhatsApp* yang berlokasi di Santa Clara, California. Namun aplikasi *broadcast* status tersebut hanya menarik perhatian sedikit orang. Barulah ketika mereka menambahkan fungsi *messaging* pada paruh kedua 2009, *WhatsApp* pun meledak. *WhatsApp* kabarnya hanya mempekerjakan sekitar 20 orang. Di mana sebagian besar di antaranya adalah teknisi.



WhatsApp tersedia untuk semua sistem operasi *mobile* yang masih eksis. , Android, BlackBerry OS, BlackBerry 10, Nokia Symbian, Nokia Series

40 dan juga Windows Phone. *WhatsApp* sejatinya tidak sepenuhnya gratis. Aplikasi *WhatsApp* di iPhone bisa digunakan cuma-cuma selama setahun, kemudian diwajibkan membayar. Demikian juga di platform lainnya. Pihak *WhatsApp* menyatakan pihaknya memang sengaja menarik ongkos dengan imbalan sebuah produk yang bisa diandalkan dan tanpa iklan. Sejak awal, aplikasi ini sudah dirancang berbayar sehingga tim *WhatsApp* bisa fokus mengembangkan produk.

WhatsApp Messenger adalah aplikasi pesan untuk ponsel cerdas (*smartphone*) dengan basic mirip *BlackBerry Messenger*. *WhatsApp Messenger* merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena *WhatsApp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, *browsing web*, dan lain-lain. Aplikasi *WhatsApp Messenger* menggunakan koneksi internet 3G, 4G atau *WiFi* untuk komunikasi data. Dengan menggunakan *WhatsApp*, kita dapat melakukan obrolan *online*, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.

Beberapa keuntungan memakai *WhatsApp* :

1. Tidak hanya teks

WhatsApp memiliki fitur untuk mengirim gambar, video, suara, dan lokasi GPS melalui GPS atau *Google Maps*. Media tersebut langsung dapat ditampilkan dan bukan berupa tautan.

2. Terintegrasi ke dalam system



WhatsApp, layaknya SMS, tidak perlu membuka aplikasi untuk menerima sebuah pesan. Notifikasi pesan masuk ketika ponsel sedang mati akan tetap disampaikan jika ponsel sudah hidup.

3. Status Pesan

Jam Merah untuk proses loading di HP kita - Tanda centang jika pesan terkirim ke jaringan - Tanda centang ganda jika pesan sudah terkirim ke teman chat. - Silang merah jika pesan gagal

4. *Broadcasts* dan *Group chat*

Broadcast untuk kirim pesan ke banyak pengguna. Group chat untuk mengirim pesan ke anggota sesama komunitas.

5. Hemat

Karena terintegrasi dengan sistem, maka tidak perlu login dan loading contact/avatar, sehingga transaksi data makin irit. Aplikasi dapat dimatikan, dan hanya aktif jika ada pesan masuk, sehingga bisa menghemat baterai.

6. Hapus Pesan Ke Semua Orang

Fitur baru ini mirip dengan fitur "Tarik Pesan"-nya *BlackBerry Messenger* (BBM) yang telah lebih dulu dirilis. Fitur ini memungkinkan kita menghapus atau menarik kembali pesan yang telah terkirim. Awalnya fitur ini hanya tersedia untuk pengguna beta, hingga kemudian dirilis ke publik.

7. *Stories*

Aplikasi ini memiliki fitur *stories* layaknya *Instagram* dan *Facebook*,

sehingga dapat fitur ini dapat memungkinkan kita untuk berbagi / unggah kegiatan setiap hari.

