

## Perilaku Penyelamatan Muka Pada Sosial Media

**Reny Yuliati**

*Calon Doktor Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Jakarta  
E-mail : reny\_nym@yahoo.co.id*

### ABSTRAK

*Penyelamatan muka merupakan hal yang sering terjadi dalam setiap interaksi manusia. Hal ini disebabkan karena muka adalah hal yang penting dan berharga yang dimiliki seseorang. Pada saat ini, masih sangat jarang studi yang membahas tindakan dan perilaku penyelamatan muka terutama pada interaksi yang dimediasi oleh sosial media. Melalui tulisan ini, penulis ingin membahas mengenai bagaimana tindakan pengancaman muka dan penyelamatan muka di sosial media yang penting dalam konteks kekinian. Hasilnya adalah bahwa meskipun interaksi dimediasi oleh komputer atau internet, kita tetap harus memegang aturan sopan santun dalam sosial media layaknya interaksi secara tatap muka.*

**Kata kunci :** Muka, Penyelamatan Muka, Sosial Media

### 1. LATAR BELAKANG

Dalam komunikasi sehari-hari, muka itu mempunyai peran sangat penting. Berbagai interaksi, individu secara konstan baik secara sadar maupun tidak sadar selalu tertuju pada penyelamatan muka dan menghormati identitas seseorang. Muka secara umum dikonseptualisasikan sebagai bagaimana kita ingin orang lain melihat kita dan memperlakukan kita dan bagaimana kita memperlakukan orang lain dalam hubungannya dengan harapan-harapan konsep-diri secara sosial [1].

Orang dalam berbagai budaya dalam segala bentuk situasi komunikasi akan selalu mencoba menjaga muka mereka, namun gaya dan kepedulian terhadap perilaku penyelamatan muka bisa berbeda di setiap budaya baik secara verbal dan nonverbal [2]. Negara seperti Jerman, menggunakan strategi konfrontasi jika muka mereka terancam, sedangkan Jepang cenderung ingin meminimalisir konflik dan mengakomodasi, Cina berusaha menggunakan berbagai macam cara untuk menghindari dan menggunakan pihak ketiga, dan Amerika cenderung mengekspresikan mukanya sesuai dengan perasaan yang dirasakan pada saat konflik [2]. Meskipun demikian masih belum terungkap mengenai bagaimana gaya penanganan adanya konflik ini dalam hubungannya dengan etnis atau suku yang berbeda.

Berbeda dengan negara-negara lain yang telah ditunjukkan pada studi diatas, Indonesia adalah negara yang multikultur dimana terdapat 300 suku bangsa yang masing-masing memiliki bahasa, sejarah, asal muasal, dan nilai yang berbeda-beda. Hal inilah yang kemudian menarik jika dikaitkan dengan bagaimana muka atau wajah yang dinilai secara berbeda-beda oleh suku bangsa yang berbeda pula dalam suatu interaksi, baik antara sesama suku maupun suku yang berbeda.

Menurut penelitian Hofstede, Indonesia dilihat sebagai satu kesatuan, termasuk pada negara yang tergolong berbudaya kolektifisme, yaitu suatu paham yang menjunjung tinggi kebersamaan [3]. Dalam perspektif mengenai teori negosiasi muka yang diciptakan oleh Stella Ting Toomey, ketika terjadi konflik, orang yang berasal dari budaya kolektifis akan cenderung menyelamatkan muka orang lain dibandingkan muka diri sendiri. Hal ini berarti, orang Indonesia gaya penanganan konfliknya cenderung pada menghindari atau mengalah dibanding orang yang berasal dari budaya individualistik.

Paradigma lama dalam bidang komunikasi, menempatkan posisi komunikator dan komunikan pada keterbatasan dimensi ruang, waktu, dan sulitnya berinteraksi. Kini, seiring berkembangnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), keterbatasan-keterbatasan tersebut menjadi kabur dan komunikasi menjadi *real time* atau keadaan yang sedang berjalan, apa yang kita rasakan, dengarkan dan lihat persis pada saat yang sama. Perbedaannya, barangkali hanya pada jarak, siang dan malam.

Paper ini ingin mengangkat dan mengeksplorasi perilaku-perilaku penyelamatan muka pada konteks komunikasi yang menggunakan TIK, yang masih sangat terbatas dan sejalan dengan konteks kekinian. Teori-teori mengenai muka juga masih terbatas dari perspektif Barat yang cenderung menyimpulkan dari sisi budaya individualistis dan kurang bisa digeneralisasikan pada budaya-budaya lainnya, khususnya Indonesia. Karena setiap budaya yang berbeda juga akan memaknai muka secara berbeda.

Meskipun demikian, paper ini akan dibatasi pada interaksi-interaksi yang terjadi pada media sosial yang populer dan paling banyak digunakan di dunia, seperti Facebook. Facebook sendiri di Indonesia juga merupakan sosial media yang paling banyak diakses dan digunakan untuk berkomunikasi. Berdasarkan data yang penulis dapat dari Kompas.com pada bulan November 2013, jumlah pengguna Facebook per hari asal Indonesia mencapai angka 33 juta orang. Sedangkan pengguna yang mengakses Facebook via *mobile* setiap harinya mencapai angka 28 juta dan jumlahnya diprediksi akan terus mengalami peningkatan.

## 2. DEFINISI KONSEP MUKA

Muka itu dalam pengertiannya bisa dibagi menjadi dua, yaitu muka fisik dan muka non fisik. Muka secara fisik adalah salah satu cara utama yang bisa kita gunakan untuk bisa membedakan orang satu dengan orang lainnya. Sedangkan kata muka disatu sisi bisa diartikan sebagai identitas sosial yang diinginkan seseorang. Meskipun muka sering diperlakukan sebagai konsep fisik, muka disini akan lebih sesuai jika mengkonseptualisasikan muka sebagai konsep interaksi, karena muka tidak hanya berada pada personalitas atau pribadi seorang individu, tetapi juga berada dalam interaksi komunikator dan makna dalam setiap interaksinya. Beberapa definisi muka yang berkaitan dengan interaksi adalah sebagai berikut :

1. Goffman mengkonseptualisasikan muka sebagai suatu citra (*image*) yang ditunjukkan pada publik atau orang lainnya. Muka termasuk nilai pada seseorang terhadap citra dirinya secara publik, reputasi dan status berhubungan dengan orang lain dalam suatu interaksi [4].
2. Muka adalah sebagaimana seorang individu ingin orang lain melihat individu tersebut [1].

Dari definisi diatas, maka muka adalah nilai sosial mengenai seperti apa seseorang ingin mempresentasikan dirinya kepada publik. Beberapa karakteristik tentang muka adalah sebagai berikut :

### a. Muka dikonstruksi dalam interaksi

Dinamika pemeliharaan muka ditentukan tidak hanya oleh siapa dan bagaimana individu mempresentasikannya, tetapi juga bagaimana orang lain merespon presentasi itu. Oleh karena itu, muka adalah konstruk sosial dan menjadi atribut individu. Jadi, memelihara muka memerlukan kerjasama dari orang lain. Orang lain dapat mendukung atau mengancam muka seseorang, baik melalui perilaku verbal maupun nonverbal, menerima atau menolak muka yang bernilai positif yang diklaim seorang individu.

### b. Muka tergantung situasi

Muka dapat berubah dan bersifat dinamis, dan orang akan selalu berusaha untuk menciptakan dan menjaga muka yang mereka harapkan atau inginkan. Dengan kata lain, muka adalah sesuatu yang komunikator kelola. Namun muka tidak selamanya bisa positif, ataupun tetap sama dalam semua situasi. Muka dapat berubah dari satu situasi ke situasi lainnya, dan muka dapat memiliki nilai yang lebih dalam situasi-situasi tertentu dibanding lainnya. Sebagai contoh seorang calon presiden yang berpidato di depan masyarakat ingin mengangkat mukanya dan dipandang sebagai calon presiden yang layak dipilih dan kompeten, dan dalam situasi yang lain, ketika ia bersenda gurau dengan kerabat dekatnya, ia ingin mengangkat mukanya sebagai seorang kawan yang menyenangkan. Bercerita lucu mengenai kegugupannya saat berpidato di podium bisa mengancam mukanya di situasi pertama, tetapi di situasi kedua justru mengangkat mukanya. Lebih jauh lagi, muka sang calon presiden akan lebih memiliki nilai, jika memang terdapat pihak-pihak dalam interaksi tersebut yang memang berharap ingin pidatonya berkesan bagi mereka. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nilai positif muka seorang individu secara sosial, tergantung tidak hanya pada kerjasama, tetapi juga tergantung situasi-situasi tertentu.

### c. Sensitivitas muka berbeda-beda tergantung budaya

Dalam setiap interaksi, sebenarnya orang selalu fokus dan mempedulikan mukanya baik secara sadar maupun tidak sadar, baik dalam konteks interpersonal, kelompok maupun massa. Muka seseorang akan diperlihatkan ketika ia sedang berkomunikasi dengan orang lain. Biasanya muka yang ditunjukkan pada orang lain adalah suatu *image* yang konsisten dengan nilai dan peraturan sosial yang diterima dalam interaksi sosial tertentu. Namun begitu, sensitivitas terhadap muka bisa berbeda-beda pada setiap individu apalagi yang berbeda budaya. Contohnya pada suku Batak, berbicara dengan suara keras merupakan hal yang biasa jika berinteraksi dengan sesama suku Batak, namun jika berbicara dengan orang yang berasal dari suku Jawa bisa bermasalah karena orang dari suku Batak ini dianggap berbicara dengan emosi dan sedang mengancam muka orang Jawa tadi. Dari contoh tersebut, memperjelas bahwa sebenarnya muka merupakan suatu hasil yang dibangun dari interaksi sosial. Aturan-aturan tertentu dalam menghormati muka diri sendiri dan orang lain dapat berbeda pada setiap budaya maupun kelompok.

### d. Muka terkait dengan strategi penanganan konflik

Salah satu hubungan muka dengan komunikasi adalah mengenai *facework* yang istilahnya diciptakan oleh Erving Goffman, yaitu perilaku komunikasi yang digunakan seseorang untuk membangun sekaligus menjaga muka diri sendiri dan muka orang lain ketika terjadi konflik [3]. Dari perspektif teori negosiasi muka yang terinspirasi dari karya Goffman, terdapat beberapa proposisi dalam teorinya yang mengkaitkan muka dengan strategi penanganan konflik, yaitu : 1) budaya individualistik mementingkan muka diri sendiri secara dominan dibandingkan anggota budaya kolektifis sehingga ketika menghadapi konflik mereka cenderung mendominasi dan merasa berkompetisi terhadap lawan konfliknya, sedangkan 2) anggota dari budaya kolektifis akan lebih peduli mengenai muka kedua belah pihak, baik muka diri sendiri dan muka orang lain dibandingkan budaya individualistik, sehingga ketika terjadi konflik akan cenderung menghindari atau mengakomodir konflik sehingga tidak menyerang dan tidak merugikan kedua pihak.

Di Indonesia sendiri banyak dijumpai kaitan muka dengan jenis kelamin, ketika terjadi konflik, perempuan diharapkan lebih bijaksana dan mengalah dan lebih mengutamakan menyelamatkan muka orang lain dibandingkan laki-laki. Laki-laki diharapkan mempunyai kekuasaan lebih atas muka orang lain, sehingga laki-laki cenderung mengkritik, menyalahkan dan tegas ketika terjadi konflik. Hal itu tercermin, salah satunya dari ranah politik di Indonesia yang identik dengan saling mengkritik, namun domain politik dianggap secara umum sebagai wilayah laki-laki. Apabila ada perempuan yang berkecimpung di ranah politik, jumlahnya hanyalah seberapa, dan mereka dipandang hanya sebatas penampilan dan karena silsilah keluarganya saja.

### 3. TINDAKAN PENGANCAMAN MUKA

Tindakan pengancaman muka adalah tindakan yang dapat membuat seseorang kehilangan muka seperti mengejek, mengkritik serta mempertanyakan kompetensi seseorang. Ketika muka individu terancam dalam situasi konflik, ia akan mengalami frustrasi, kerapuhan emosional, marah, sakit hati, dan bahkan balas dendam [1]. Manusia memiliki dua muka yang diinginkan, yaitu :

- 1) *muka negatif*, yang diartikan sebagai keinginan untuk mempunyai keleluasaan tindakan, penegasan terhadap daerah kekuasaan, perlindungan pribadi, dan hak untuk tidak diganggu, atau keinginan setiap anggota budaya bahwa tindakannya tidak terhalang oleh orang lain, dan
- 2) *muka positif*, diartikan sebagai penggambaran positif dan konsisten yang dimiliki seseorang untuk diterima atau keinginan untuk disukai oleh orang lain.

Lebih singkatnya, untuk menggambarkan muka negatif dan muka positif adalah keinginan sebagai kebutuhan adanya autonomi dan keinginan untuk diterima. Terdapat sejumlah tindakan yang dapat mengancam muka seseorang. Brown dan Levinson menguraikan empat tipe tindakan pengancaman muka sebagai berikut [5]:

#### Ancaman Kepada Muka Komunikatif

##### **Ancaman Pada Muka Positif Komunikatif**

1. Komunikator tidak menerima muka komunikatif
  - (a) penolakan, kritikan, mengejek, dan sebagainya.
  - (b) pertentangan, ketidaksetujuan, dan sebagainya
2. Komunikator mengacuhkan muka komunikatif
  - (a) mengekspresikan emosi kasar atau sengit
  - (b) topik-topik yang tidak patut
  - (c) cerita yang membual
  - (d) menimbulkan perpecahan atau topik yang menghasut
  - (e) tidak bekerja sama, interupsi, dan sebagainya
  - (f) menggunakan istilah-istilah yang tidak pantas

##### **Ancaman Pada Muka Negatif Komunikatif**

1. Tindakan komunikator kepada komunikatif
  - (a) perintah dan permintaan
  - (b) pemberian saran
  - (c) mengancam, memperingatkan dan menantang
2. Tindakan komunikator dengan membuat :
  - (a) menawarkan penerimaan yang bersyarat
  - (b) pemberian janji-janji
3. Reaksi komunikatif terhadap :
  - (a) pujian dan kecemburuan komunikatif
  - (b) kemarahan dan kebencian komunikatif

#### Ancaman Kepada Muka Komunikator

##### **Ancaman pada positif komunikator**

- (a) permintaan maaf : pengakuan terhadap pengancaman muka sebelumnya
- (b) penerimaan pujian
- (c) pengakuan rasa bersalah atau tanggung jawab atas tindakan yang tidak pantas
- (d) emosi yang tidak terkontrol

### Ancaman pada muka negatif komunikator

- (a) penerimaan rasa terima kasih
- (b) permintaan maaf oleh komunikan
- (c) penerimaan penawaran yang melampaui batas
- (d) merespon tindakan yang tidak bijaksana

Tindakan pengancaman muka ini sangat tergantung pada beberapa hal, yaitu jarak sosial antara komunikator dan komunikan, kekuasaan pembicara atas pendengar dan nilai-nilai dalam budaya tertentu. Sebagai contoh interaksi antara dosen dan mahasiswa dimana terdapat jarak sosial dan kekuasaan atas satu sama lain. Dosen dapat mengancam muka mahasiswanya karena memiliki kekuasaan atas mahasiswanya, tetapi tidak untuk sebaliknya.

Adanya hubungan antara muka dan harga diri, membuat seseorang termotivasi untuk mengangkat wajahnya dan mencegah mukanya dipermalukan atau diancam. Orang cenderung akan merespon ancaman muka dengan emosi negatif, bervariasi dari merasa kurang nyaman, malu, sampai merasa terganggu dan marah [6]. Semakin besar ancaman terhadap muka seseorang, maka akan semakin hebat respon emosionalnya. Carson dan Cupach telah membuktikan secara empiris bahwa terdapat hubungan antara persepsi mengenai besarnya ancaman muka dengan level kemarahan yang responden rasakan [7].

## 5.KOMUNIKASI DALAM SOSIAL MEDIA DAN HUBUNGANNYA DENGAN MUKA

Sosial media dengan berbagai segala kelebihannya dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan siapa saja tanpa terkendala jarak dan waktu. Dalam sosial media ini dapat juga menjadi suatu alat justifikasi sosial terhadap nilai, citra atau reputasi yang dilekatkan pada seseorang yang didapat dari interaksi melalui sosial media. Pesan yang ditulis, gambar, foto, video, dan nama profil yang dicantumkan maupun yang dibagikan ke sosial media dapat merefleksikan penampilan atau presentasi seseorang dan dapat mempengaruhi bagaimana orang lain melihat diri kita. Oleh karena itu, konsep mengenai muka masih tetap relevan dalam media sosial, yaitu muka yang sebagaimana kita ingin orang lain melihat kita. Pada dasarnya dengan mengelola dan mengontrol informasi dimana orang lain dapat mengakses, mampu meningkatkan dan mengangkat muka seseorang, misalnya terlihat lebih profesional, pintar, berwawasan luas dan sebagainya sesuai dengan muka seperti apa yang ingin dipresentasikan. Dan dengan adanya teknologi ini, muka yang ingin dipresentasikan lebih mudah tersebar dan relatif lebih mudah menciptakan muka seperti apa yang ingin ditunjukkan pada publik oleh seorang individu. Selain itu, mereka yang melakukan pengungkapan diri melalui internet lebih dirasa nyaman untuk melakukannya dibandingkan lewat tatap muka, hal ini dikarenakan pengungkapan diri melalui internet tidak memerlukan kehadiran komunikator dan komunikan secara langsung, dan mereka merasa mempunyai kontrol atas pesan yang akan dikomunikasikan lebih besar ketimbang tatap muka [8].

Gambar 1. Contoh Muka Yang Dipresentasikan Dalam Sosial Media



Kesopanan sebagai kebalikan dari tindakan pengancaman muka, ditanamkan sebagai nilai positif di kebudayaan Timur, sehingga meskipun dalam konteks interaksi melalui sosial media, kesopanan merupakan hal yang diharapkan oleh siapa saja yang terlibat dalam komunikasi. Untuk sebuah interaksi yang berjalan dengan baik pada media sosial, maka masing-masing pihak harus membiarkan satu sama lainnya menjaga muka dan tidak saling mengancam. Suatu komentar yang isi pesannya mengancam muka orang lain, akan membuat perasaan negatif bagi orang yang mukanya terancam. Jadi sama halnya dengan interaksi melalui tatap muka, maka dalam media sosial, komentar yang berisi pesan yang mengancam muka orang lain akan

membuat perasaan negatif seperti marah, frustrasi, sakit hati dan kerapuhan emosi dibandingkan komentar yang tidak mengancam muka. Apalagi jika identitas seseorang yang dibuat pada media sosial sesuai dengan aslinya, maka menurut penulis justru akan semakin cenderung membalas dengan komentar yang juga agresif apabila mukanya terancam sebagai pertahanan terhadap harga diri. Definisi dari keagresifan verbal adalah kecenderungan untuk menyerang posisi konsep diri individu dalam topik-topik komunikasi [1] dan dikirimkan supaya orang lain mengalami sakit secara psikologis. Keagresifan secara verbal dapat berakibat rusaknya suatu hubungan. Ketika seseorang merasakan sakit setelah mukanya terancam, orang akan menjadi agresif dengan membalas dan menyerang muka lawan untuk memulihkan muka dirinya sendiri.

Berikut penulis berikan salah satu contoh interaksi dalam sosial media yaitu Facebook yang berisi komentar yang mengancam muka dan kemudian dibalas dengan komentar yang agresif secara verbal.

ID facebook dengan nama profile Anton Dwisunu Hanung Nugrahanto adalah seseorang yang aktif di media sosial. Pesan yang biasanya dibagikan pada dinding facebooknya sebagian besar selalu berhubungan dengan politik. Dalam profil facebooknya, ia mengungkapkan bahwa pekerjaannya adalah sebagai seorang pemimpin redaksi kluget.com. Untuk mengangkat mukanya sebagai seorang pemimpin redaksi media yang mempunyai pemikiran kritis, Anton Dwisunu sangat aktif dalam sosial media dan membagikan pesan-pesan yang terkait dengan politik. Salah satunya adalah menulis pesan di dinding wallnya yang mengkritik orang-orang disekeliling Prabowo. Sebagai berikut :



Tidak berselang lama, banyak komentar yang ditujukan atas pesan yang dibagikan pada wall Anton ini. Salah satunya ID facebook dengan nama Raden Ayu Nurdiana yang berkomentar dengan pesan yang mengandung pengancaman muka terhadap tulisan Anton yang menudingnya hanya membuat fitnah belaka. Hal ini tentu berarti penolakan terhadap muka yang dibangun seorang Anton sebagai pemimpin redaksi yang ingin gagasannya dianggap bermutu dan pendapatnya dihargai. Kurang dalam waktu 1 menit berselang, pihak yang mukanya diancam yaitu Anton, melakukan komentar balasan yang agresif dimana membalas dengan pengancaman muka kepada orang yang telah sebelumnya mengancam mukanya dengan kata-kata kasar.



## 6. PENUTUP

Bagaimanapun dalam setiap interaksi, muka akan selalu melekat pada individu selama ia berkomunikasi dengan orang lain, baik itu secara tatap muka maupun dengan perantara sosial media. Orang lain dapat mendukung atau justru mengancam muka yang bernilai positif yang diklaim seorang individu. Oleh karena itu, dalam menggunakan sosial media juga diperlukan kehati-hatian sebelum mengirimkan suatu pesan, karena interpretasi dari orang lain terhadap informasi yang telah dibagikan di media sosial tidak bisa dicegah. Apalagi dengan teknologi, penyebaran pesan akan cenderung lebih cepat menyebar. Supaya pengancaman muka bisa diminimalisir, etika dalam penyampaian pesan di sosial media harus tetap dipegang, sama halnya dengan penyampaian pesan pada tatap muka. Perilaku etis ini harus sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum. Sebagai negara yang memiliki budaya yang multikultur, seharusnya kita mempunyai sensitivitas yang lebih terhadap muka. Dengan memegang etika dalam berinteraksi melalui sosial media, semua pihak yang terlibat akan merasa nyaman berinteraksi tanpa merasa takut mukanya terancam dan bisa mengekspresikan segala pendapatnya dengan santun. Dengan begitu sosial media yang juga bisa bermanfaat sebagai ruang publik dapat berjalan dengan sehat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publication
- [2] Oetzel, John G & Ting-Toomey, Stella. 2003. Face Concerns in Interpersonal Conflict : A Cross-cultural Empirical Test of The Face Negotiation Theory. *Communication Research*. 2003 30 : 599.
- [3] Gudykunst, W.B. 2005. *Theorizing About Intercultural Communication*. Thousand Oaks, London, New Dehli : Sage Publications.
- [4] Thomas. L.S. 1994. Politeness Theory in Computer Mediated Communication : Face Threatening Acts in a "Faceless" Medium, Dissertation. Aston University.
- [5] Brown, P & Levinson, S.C. 1987. *Politeness : Some Universals In Language Usage*. Cambridge : CUP.
- [6] Andersson, L. M., & Pearson, C. M. 1999. Tit For Tat? The Spiraling Effect Of Incivility In The Workplace. *Academy of Management Review*, 24, 452-471
- [7] Carson, C. L., & Cupach, W. R. 2000. Facing corrections in the workplace: The influence of perceived face threat on the consequences of managerial reproaches. *Journal of Applied Communication Research*, 28, 215-234
- [8] McKenna, K.Y.A; Green, A.S.; Gleason, M.E.J. 2002. Relationship formation on the Internet : What's The Big Attraction? *Journal of Social Issues*, 58, 659 – 671.