

KONVERGENSI DALAM *SOCIAL (NEW) MEDIA* (KAJIAN TRADISI KRITIS SOSIAL BUDAYA TERHADAP TEORITISASI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI, MASSA DAN DIGITAL)

Arief Fajar

Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi-Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta, 57102 dan saat ini sedang menempuh
program Master of Science (M. Sc.) pada prodi Extension and Development Communication-UGM.
Email : arf_manutd_2003@yahoo.co.id

ABSTRAK

Keberadaan ICT (teknologi informasi dan komunikasi) merupakan bagian usaha memenuhi kebutuhan baik secara fisik maupun non materi. Wilbur Schramm mengatakan bahwa situasi atau perkembangan ICT di dunia sangat bergantung kepada evolusi dari kebutuhan antar generasi. ICT di masa awal peradaban manusia hanya mampu ditangkap secara fisik oleh indrawi manusia. Pada generasi terbaru, ICT menjadi saran atau bahkan alat utama menumpahkan perasaan kognisi hingga psikomotorik dapat. Lahirlah konsep-konsep pseudo realitas, konvergensi media hingga industri berbasis ICT. Konvergensi justru menjadi kekhasan social (new) media yang berbasis ICT. Sehingga, makalah ini melihat model bahasan aspek konvergensi new media dalam kacamata sosial budaya melalui kajian kritis terhadap teoritikal yang ada di komunikasi antar pribadi, massa dan digital. Simpulan utama menjadi amatan Konvergensi Social (new) media menengahkan lintas batas teoritikal komunikasi dari ketiga aspek antar pribadi, massa dan digital; aspek trust menjadi faktor utama intergritas sebuah jalinan komunikasi

Kata Kunci : Konvergensi, *Social Media*, dan Teori Komunikasi

1. PENDAHULUAN

Keresahan terjadi ketika banyak sekali kondisi perubahan sosial yang terjadi akibat adanya sosial media. Penciptaan ruang publik baru melahirkan gejala-gejala patologi sosial-yang sebenarnya sudah lama-menjadi makin akut. Peningkatan *cyber crime* serta kejahatan konvensional yang di mediasi oleh keberadaan ruang jejaring sosial media. Hal ini yang ditopang oleh keberadaan (eksistensi) ICT (teknokominfo). Sebagai contoh saja ada beberapa kasus penculikan yang terjadi pasca merebaknya penggunaan salah satu situs pertemanan facebook, semisal

1. Komisi Nasional Perlindungan Anak telah mendapatkan 36 laporan terkait kasus anak dan remaja yang menjadi korban kejahatan lewat situs jejaring *Facebook* sepanjang Januari hingga Februari 2010. "Untuk penculikan anak, kami mencatat ada tujuh kasus yang dilaporkan," kata Sekjen Komnas Perlindungan Anak, Arist Merdeka Sirait dalam seminar internet sehat 'Antisipasi Penyalahgunaan Situs Jejaring sosial' di FX Plaza Jakarta, Selasa (23/2/2010). Angka laporan soal kasus kejahatan anak di *Facebook* yang diterima Komnas Anak mungkin hanya menggambarkan sebagian kecil saja. Angka sebenarnya mungkin bisa lebih besar lagi. Menurut Arist, laporan tersebut menunjukkan modus-modus yang berawal dari *Facebook*. Tak hanya perdagangan anak, tapi anak juga bisa menjadi korban pemerkosaan.^[1]
2. Siswi kelas 3 SMP Negeri 1 Fiajadesa, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat, dilaporkan hilang oleh orangtuanya. Diduga kabur bersama pacarnya yang dikenal di *Facebook*. Kapolres Ciamis, AKBP Agus Santoso SIK, didampingi Kabag Binamitra, Kompol H Yudi Saprudin SH, kepada wartawan, Selasa (16/2), mengatakan, siswi yang hilang itu bernama Nunung Nurhayati (15), warga Kubangsari, Sirnabaya, Rajadesa. Menurut keluarga, Nunung menghilang sejak Senin (1/2) bersama Tatang (19) warga Dusun Cigoong, Desa Sirnabaya, yang masih satu kecamatan dengan kecamatan korban juga.^[2]
3. Kasus hilangnya gadis 14 tahun berbuntut panjang. Pria kenalannya lewat *Facebook* terancam dibui lima tahun karena berhubungan badan dengan gadis tersebut. Marietta Nova Triani yang berusia 14 tahun akhirnya ditemukan setelah menghilang tiga hari. Nova ternyata dibawa pergi—atau ikut pergi—oleh kenalannya di *Facebook*, Ari Power, sejak Sabtu (6/2). Dalam pelarian, Nova tiga kali berhubungan badan dengan Ari. Ari atau Ari Power merupakan nama beken di akun *Facebook*. Nama sebenarnya remaja berusia 18 tahun itu adalah Febriari Irianto. Baru tiga bulan dia berkenalan dengan gadis ingusan itu lewat *Facebook*. Baru sekali pula bertemu, tapi mereka sudah berhubungan layaknya suami-istri.^[3]

Namun persoalan bukan terletak pada banyak dosa secara sosial ini saja, tetapi juga pada perubahan kajian keilmuan. Hal ini yang akan kita perbincangkan secara lebih mendalam dalam paper sederhana ini. Secara lumrah segala macam teknologi tentu mendatangkan berbagai macam efek. Dalam pandangan teori adopsi inovasi dari Rogers, proses mengadopsi teknologi (termasuk ICT) akan mendatangkan sisa pengguna yang tidak secara keseluruhan memahami kondisi dan tuntutan perubahan dari sebuah teknologi baik secara sosial, budaya dan ekonomi. Hal ini yang sering kita pahami sebagai *digital divide* (gap teknologi).

Selain berbicara dosa sosial di atas, kita juga patut melihat keberadaan ICT dengan berbagai macam variannya muncul merupakan bagian dalam perbaikan kehidupan atau peningkatan kualitas kehidupan (*increase quality of life*). Berkaca dari piramda kebutuhan Maslow yang semuanya fasenya membutuhkan keberadaan bantuan dalam pemenuhannya. Kebutuhan biologis saja perlu kita ditopang orang lain baik sumber, mendapatkan serta memanfaatkannya. Tentu dalam fase kebutuhan yang semisal pergaulan sosial, kita butuh lebih dari sekedar keberadaan orang lain. Proses interaksi sosial inilah yang melahirkan kelembagaan (pranata) masyarakat, stratifikasi, hingga keberadaan negara; bahkan lahir istilah dunia tanpa batas (*borderless world*).

Perkembangan kebutuhan interaksi inilah menyebabkan perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Pembeneran karena alasan jarak, keterbatasan waktu serta ruang melahirkan media komunikasi tertentu. Keberadaan media-media komunikasi ini berubah sesuai perkembangan kebutuhan manusia tadi. Dimulai dengan media tradisional yang personal hingga media massa serta yang terbaru media digital berbasis komputer jaringan. Efek positif keberadaan ICT tentu menjawab persoalan waktu, ruang serta jarak dalam memenuhi kebutuhan dan menjalin interaksi tadi. Peran interaksi sosial secara digital inilah yang dilakukan salah satunya oleh media sosial, sehingga kehidupan sosial nyata kita beralih menjadi kehidupan realitas digital sebagai bagian konvergensi.

Perubahan interaksi sosial, pemangkasan ruang waktu dalam pemenuhan kebutuhan, dan percepatan komunikasi serta makin rumitnya problem atau patologi sosial pasca keberadaan media sosial dan digital menuntut pula perubahan pada kajian keilmuaan terutama studi ilmu komunikasi yang melihat perkembangan teknologi komunikasi dan lebih khusus aspek konvergensi. Sebab, selama ini kajian media sosial selalu dilihat dari kacamata teoritisasi komunikasi massa; sehingga, fokus utama melihat bangunan teoritisasi dengan irisan komunikasi secara antar pribadi, massa, dan tentu saja digital.

Perkembangan Media Digital dan Media Sosial

Perkembangan media digital seolah menyelimuti dunia secara cepat dan berkelanjutan. Sebagai salah satu indikator bagaimana kita melihat perkembangan cepat *gadget* ICT yang hanya berselang waktu tak lebih satu tahun, pertumbuhan industri berbasis ICT yang tidak berupaya memberikan servis layanan komunikasi paling sempurna, atau keberadaan kedai-kedai digital (warinet) bak cendawan di musim hujan. Sebagai sandaran kita dapat melihat perkembangan sejak 1978 dari pemetaan Shirley Biagi mengenai media digital terutama studi kasus di Amerika Serikat, sebagai berikut;^[4]

- 1978, Nicholas Negroponte dari MIT pertama kali menggunakan istilah konvergensi untuk menggambarkan perubahan pada industri media.
- 1988, kurang dari 1,5 % rumah tangga di AS telah terhubung secara online.
- 1989, Tim Berners-Lee mengembangkan program berbasis ICT untuk manusia berbagi informasi secara online dan juga browser pertama yang memungkinkan untuk melihat informasi secara lebih nyata.
- 1994, Marc Andersen dan kawan-kawan dari University of Illinois memperkenalkan mosaic browser yang dapat mengkombinasikan gambar dan tulisan secara bersamaan.
- 1995, David Filo dan Jerry Yang menciptakan Yahoo sebagai situs pencarian.
- 1996, Iklan di jaringan internet telah merebak dengan aset 200 juta US\$.
- 1998, satu dari empat rumah tangga di AS terhubung secara online dan Kongres mengesahkan Digital Millenium Copyright Act; Larry Page dan Sergey Brin menciptakan Google sebagai perusahaan yang membuat situs pencarian yang lebih baik.
- 2000, Bisnis berbasis ICT meroket tajam.
- 2004, Untuk pertama kali, para blogger mengikuti pemilu secara online.
- 2006, Aset iklan di Internet mencapai 17 Milliar US\$; AOL mengumumkan layanan email massal yang mengharuskan para pengguna email massal membayar biaya sebagai pajak atas kebebasan berekspresi; Google setuju atas permintaan pemerintah federasi untuk membatasi pencarian informasi dari pemerintah.
- 2007, Perkembangan gadget tambah cepat, salah satunya Apple mengeluarkan gadget i-Phone yang membuat media digital semakin dapat bergerak lebih luas lagi.
- 2009, 73 % dari penduduk AS menggunakan internet.

Bagaimana dengan Indonesia? tentu kondisi serupa melanda Indonesia yang tidak semua bisa diserap secara sempurna terutama aspek etika yang sebelumnya ditetapkan secara sosial. Kemudian bagaimana perkembangan media sosial-dalam hal ini diwakili layanan jejaring sosial-? Jawaban sederhana berdasarkan perkembangan digital, tentu berkembang dengan kecepatan yang sangat luar biasa. Sebagai contoh kita perhatikan keberadaan *facebook* dan *twitter*; dalam tempo kurang dari satu dasawarsa telah mengumpulkan dan menginvasi jalinan komunikasi di seluruh dunia. Berikut beberapa fakta mengenai *facebook* dan *twitter* termasuk keberadaannya di Indonesia;



- *Facebook* merupakan layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada Februari 2004 yang dioperasikan oleh *Facebook, Inc.* Nama layanan ini berasal dari nama buku yang diberikan kepada mahasiswa pada tahun akademik pertama oleh administrasi universitas di AS dengan tujuan membantu mahasiswa mengenal satu sama lain. *Facebook* memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs ini. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes dari Harvard University. Hingga Januari 2011, *Facebook* memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif, sehingga *facebook* diakui berbagai survei menjadi layanan jejaring paling favorit. ^[5]

Untuk kondisi pengguna *facebook* di Indonesia, fakta menunjukkan angka yang juga luar biasa. Indonesia tampil sebagai urutan kedua pertumbuhan tercepat di dunia dari sisi jumlah pengguna

| Top 10 Countries, Ranked by Gain in Facebook Users, December 2009 & January 2010 | | | | | | |
|--|------------------|-----------------|----------|-----------|----------------|--|
| | December 1, 2009 | January 1, 2010 | % change | Change | % penetration* | |
| 1. US | 98,105,020 | 102,681,240 | 5% | 4,576,220 | 33.6% | |
| 2. Indonesia | 13,870,120 | 15,301,280 | 10% | 1,431,160 | 6.7% | |
| 3. Philippines | 8,025,420 | 8,806,300 | 10% | 780,880 | 9.7% | |
| 4. Turkey | 16,327,880 | 16,961,140 | 4% | 633,260 | 24.0% | |
| 5. Italy | 12,993,120 | 13,500,300 | 4% | 507,180 | 22.6% | |
| 6. India | 5,174,200 | 5,658,080 | 9% | 483,880 | 0.5% | |
| 7. Mexico | 6,211,620 | 6,671,560 | 7% | 459,940 | 6.3% | |
| 8. Spain | 7,401,620 | 7,827,180 | 6% | 425,560 | 17.0% | |
| 9. Malaysia | 3,837,920 | 4,236,960 | 10% | 399,040 | 15.3% | |
| 10. Argentina | 7,187,360 | 7,526,920 | 5% | 339,560 | 18.9% | |

Note: monthly active users; *% of country population
Source: Inside Facebook, "Global Market Monitor Report," January 5, 2010
110287 www.eMarketer.com

Gambar 2. Rangking Negara Pengguna Facebook

facebook, hanya kalah dari AS. Berkaca pada survei Inside *facebook* oleh e-marketer; jumlah pengguna *Facebook* Indonesia naik sebesar 1.431.160 juta dalam sebulan. Data per 1 Desember 2009, tercatat jumlah pengguna *Facebook* Indonesia 13.870.120 sedangkan per 1 Januari 2010



sebesar 15.301.280 dengan persentase kenaikan sebesar 10 %. Berikut gambar hasil survei dari e-marketer; ^[6]

- *Twitter* merupakan situs web dibentuk tahun 2006 oleh Jack Dorsey yang menawarkan jaringan sosial berupa mikroblog yang dapat mengirim dan membaca pesan yang disebut *tweets*. *Tweets* tampil dalam rupa teks tulisan hingga 140 karakter pada halaman profil pengguna. Semua pengguna dapat mengirim dan menerima tweets melalui situs *Twitter*, aplikasi eksternal yang kompatibel (telepon seluler), atau

dengan pesan singkat (SMS) yang tersedia di negara-negara tertentu. Situs ini berbasis di San Bruno, California dekat San Francisco, di mana situs ini pertama kali dibuat dan dikelola di bawah oleh Twitter Inc. Saat ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna.^[7] Kondisi pengguna *twitter* di Indonesia berada pada peringkat kelima di dunia dengan persentase 19% atau 7,6 juta pengguna berdasarkan survei comScore. Berikut gambar perbandingan posisi Indonesia dalam jumlah pengguna *twitter*;^[8]



- Kondisi yang menjamurnya penggunaan media digital dan sosial bukan isapan jempol semata. Baik secara khusus di Indonesia maupun di seluruh dunia, sehingga menjadi agenda utama dan tuntutan perubahan pemikiran, teori, model hingga kerangka kerja (*framework*) kajian ICT dalam studi komunikasi terutama dalam bentuk aspek kritis yang berupaya melihat perubahan sosial (*social change*) pasca konvergensi media.

2. Pembahasan

2.1 Kajian Tradisi Kritis^[9]

Paradigma kritis dalam kajian komunikasi berasal dari asumsi-asumsi dalam teori kritis yang menekankan pada kesenjangan atau terjadinya dominasi dalam masyarakat. Putaran atau aliran komunikasi dipandang sebagai aspek perlawanan terhadap dominasi proses komunikasi dari pihak tertentu. Dimana komunikasi yang terjadi melahirkan korban-korban komunikasi atau *victims of communication*, padahal dalam kondisi yang diharapkan perjalanan komoditas informasi.

Konsep kesepahaman informasi menjadi penting dalam tradisi ini Sebab, kesepahaman informasi yang akan menggerakkan partisipasi masyarakat dan menjaga keberlanjutannya. Hubungan-hubungan struktural dan fungsional menggambarkan kebutuhan pertukaran informasi. Konstruksi utama dominasi menjadikan informasi harus menekan lawan komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal untuk "taat" dengan berpegang pada aturan dan norma yang sebelumnya sudah disepakati secara "paksaan" pula.^[10] Sehingga, aliran ini dapat memberikan penjelasan perubahan sosial yang terjadi di atas tadi baik dalam kacamata komunikasi antarpribadi dan bermedia serta muara bangunan teoritikal framework komunikasi digital.

2.2. Muted Group Theory^[11]

Cheris Kramarae menyatakan bahwa bahasa adalah konstruksi kaum pria. Menurutnya, bahasa dalam budaya tertentu tidak memperlakukan setiap orang secara setara, dan tidak semua orang berkontribusi secara berimbang terhadap penciptaan bahasa tersebut. Perempuan (dan kelompok yang tersubordinasi lainnya) tidak sebebaskan dan memiliki akses yang luas sebagaimana kaum pria dalam mengekspresikan apa yang mereka inginkan, kapan, dan di mana mereka menginginkannya, karena kata-kata dan norma-norma yang digunakan pada dasarnya dibentuk oleh kelompok dominan, yaitu kaum pria itu sendiri.

Menurut Kramarae dan para teorisi Feminisme lainnya perempuan sering kali tidak diperhitungkan dalam masyarakat kita. Pemikiran kaum perempuan tidak dinilai sama sekali. Dan ketika kaum perempuan coba menyuarakan ketidaksetaraan ini, kontrol komunikasi yang dikuasai oleh paham maskulin cenderung tidak menguntungkan para perempuan. Dan bahasa yang diciptakan oleh kaum pria "diciptakan dengan

berpretensi, tidak menghargai dan meniadakan kaum perempuan.” Perempuan oleh karenanya menjadi kelompok yang terbungkam (*muted group*).

Muted group theory tidak melulu menggambarkan bahwa yang dimaksud dengan ‘terbungkam’ selalu berarti tidak bersuara. Kelompok yang terbungkam tidak berarti mereka tidak bersuara sama sekali atau terdiam. Fokus utama teori ini adalah bahwa apakah seseorang atau suatu kelompok dapat menyuarakan apa yang mereka inginkan, kapan, di mana, sekehendak mereka, ataukah mereka harus ‘mengubah pemikiran atau apa-apa yang hendak mereka suarakan tadi asalkan mereka tetap dapat diterima di lingkungan sosial.’

Ketika seseorang mengubah apa-apa yang mereka ingin katakan hanya agar tidak merasa dikucilkan oleh lingkungan sosialnya, maka orang tersebut termasuk ke dalam kelompok yang terbungkam. Apabila disarikan ada tiga sebab menjadi kelompok terbungkam menurut Kramarae yaitu;

1. Kaum tersebut mempersepsikan dunia secara berbeda dibandingkan pihak dominator karena pengalaman yang berbeda berdasarkan pembagian peran mereka di masyarakat.
2. Dominasi politis (bukan arena politik) dalam sistem sosial dan simbol (pemaknaan) mencegah adopsi ekspresi alternatif dari kaum tersebut.
3. Untuk dapat berekspresi dan partisipasi dalam masyarakat (ruang publik), kaum tersebut harus mengubah model mereka sendiri sesuai sistem ekspresi yang dapat pihak dominator.

2.3 Media Sosial

Berdasarkan pendapat dari Wilbur Schramm bahwa situasi atau perkembangan media di Dunia sangat bergantung kepada evolusi dari kebutuhan antar generasi. Penulis mencoba merekonstruksi kembali pendapat evolusi media tersebut dan mengejawantahkan berdasarkan empat generasi media, sebagai berikut;^[12]

1. Media generasi pertama; sebagai acuan media di era ini ditandai dengan adanya tulisan seperti peta harta karun, gambar di gua dengan huruf kuno (*hieroglyph* di Mesir dan *Piktograph* di Cina), prasasti, *acta diurna* dan *senatus* di Yunani Kuno.
2. Media generasi kedua, ditandai dengan adanya penemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg; pada generasi inilah muncul surat kabar tercetak, buku-buku teks, media cetak terbitan. Selama lebih dari 300 tahun media ini hadir dan menghadirkan kebudayaan baru di masyarakat.
3. Media generasi ketiga; ditandai dengan penemuan tabung-tabung elektronik yang dapat ditangkap oleh indra pendengar (radio), penglihatan (slide film atau foto), kombinasi pendengaran dan penglihatan (film, televisi, rekaman video). Media tertua dalam generasi ini berumur 100 tahun, sedangkan yang termuda 35 tahun. Bahkan, di negara dunia ketiga; media generasi ini masih mendominasi pengelolaan informasi.
4. Media generasi keempat; ditandai dengan ditemukannya komputer dan jaringan internet. Media pada generasi ini pun berevolusi menjadi media sosial (istilah sebagian orang sebagai media baru), tetapi keberadaan media ini sangat berbeda dengan media generasi sebelumnya. Pada awalnya media hanya perpanjangan indra (dalam istilah McLuhan disebut sebagai *the extension of man*), media sosial menjadikan pola komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa menjadi terpangkas; simplifikasinya adalah terjadi apa yang disebut *Communications Mediating Computer* (komunikasi termediasi oleh komputer).

Kehebatan media yang sebelumnya yang hanya dapat ditangkap indrawi penglihatan, pendengaran, atau kombinasi, pada generasi ini perasaan kognisi hingga psikomotorik dapat ditumpahkan. Batas antara realitas dan pseudo realitas menjadi hanya ranah kejiwaan si pengguna media.

Sehingga, apabila mengacu pada perubahan atau evolusi media tadi; sebetulnya penyebutan atau pemberian nama media baru (*new media*) kurang tepat. Sebab, apabila media generasi keempat ini disebut media baru; apakah nanti sebutan untuk media generasi kelima? Maka sebutan yang akan diberikan (acuannya media baru) antara lain: media yang lebih baru (*newer media*), media paling baru (*newest media*) atau media baru jilid II (*new media 2nd Ed*) serta media baru 2.0 (*new media 2.0*); sudah barang tentu akan sangat “janggal”.

2. 4. Trust^[12]

Trust sebagai peletak dasar sebuah awal komunikasi sering terlupa untuk diungkap. Kita sering hanya berkuat pada pengertian *trust* sebagai sebuah konsep percaya atau kepercayaan. Namun, sebagai fondasi

sebuah hubungan; *trust* merupakan “penitipan” aspek psikologis pribadi kita kepada lawan komunikasi dan begitu pula sebaliknya. Mari kita pahami *trust* dari beberapa pengertian dan definisi mengenai, yaitu;

Kepercayaan hanya berkuat pada konsep bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti, sugesti, pengalaman dan institusi sedangkan *trust*; dipahami sebagai mengandalkan perilaku orang lain untuk mencapai tujuan yang dihendaki, pencapaian ini tidak pasti dan dalam situasi yang penuh resiko

Pengertian lain menjelaskan *Trust* merupakan aspek dalam suatu hubungan dan secara terus menerus berubah. Proses *trust* inilah yang menjadi peneguhan sebuah hubungan interpersonal baik tahap awal (perkenalan) hingga tahap akrab ataupun tahap perpisahan. Pengendalian perilaku orang lain inilah yang menjadikan kita sendiri sebagai individu membuka aspek kognitif, afektif serta psikomotorik; untuk *sharing* bersama orang lain (lawan komunikasi).

Dalam pandangan Jalaluddin Rakhmat memaparkan faktor-faktor yang berhubungan dengan dan mempengaruhi *trust* individu dalam mengembangkan harapannya mengenai bagaimana seseorang dapat *trust* kepada orang lain;

1. Predisposisi kepribadian

Faktor ini menunjukkan bahwa setiap individu memiliki predisposisi yang berbeda kepada orang lain. Sehingga, ketika tingkat predisposisi individu tinggi, semakin besar pula harapan untuk dapat mempercayai orang lain.

2. *Stereotype* dan Reputasi

Pada awalnya individu belum memiliki pengalaman langsung dengan orang lain. Namun, harapan awal dari seseorang dapat terbentuk lewat pembelajaran dari proses interaksi sosial dan kontemplasi penginderaan. Hal inilah yang membentuk reputasi dari orang lain yang bermuara pada pembentukan harapan. Kemudian pembentukan harapan inilah yang membawa individu membangun *trust* dan *distrust*.

3. Pengalaman aktual

Pengalaman-pengalaman di masa lalu ini menjadikan referensi atau pola tertentu ketika kita memulai sebuah sikap dalam hubungan sosial. Penyerapan proses pengalaman ini yang memberikan kesan *trust* dan *distrust* terhadap penerimaan orang lain.

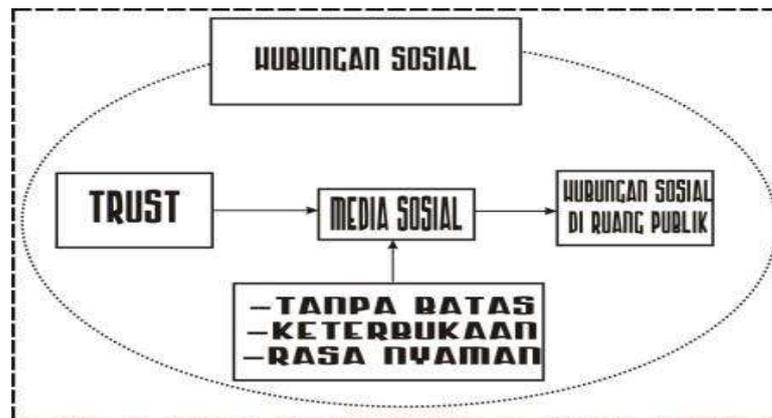
4. Orientasi psikologis

Individu membangun dan mempertahankan hubungan sosial berdasarkan orientasi kebutuhan psikologis. Sehingga, hubungan yang terbentuk dan terputus berdasarkan orientasi tadi. Simplifikasinya, orientasi akan konsisten ketika individu membangun hubungan yang sesuai dengan jiwa mereka.

Berdasarkan beberapa pengertian yang dikemukakan di atas ditarik kesimpulan bahwa definisi *trust* adalah suatu elemen dasar bagi terciptanya suatu hubungan baik antara kedua belah pihak yang berisi tentang harapan dan kepercayaan individu terhadap reliabilitas seseorang. Oleh karena itu, penulis memberikan tiga indikator sebagai bentuk *trust* dalam media sosial berdasarkan pandangan tradisi kritis, sebagai berikut;

1. Dari yang *introvert* (susah berkomunikasi di forum) akan lebih aktif dalam dunia media sosial. Mereka lebih leluasa dalam mengungkapkan isi hati yang dirasakan melalui tulisan daripada lisan atau *face to face*, karena tidak adanya batasan dalam mengakses jejaring sosial.
2. Perilaku seseorang lebih dipengaruhi atau ditentukan oleh gabungan dari faktor sifat dan situasi. Manusia berkomunikasi dalam situasi tertentu bergantung pada sifat yang dia perlihatkan sebagai seorang individu dan situasinya atau lingkungan dimana dapat menemukan identitas anda sendiri. Nilai (rasa nyaman) dan situasi keterbukaan inilah yang menjadi proses objektivikasi keberadaan media sosial
3. Rasa nyaman yang dirasakan dalam mengakses media sosial mengubah pola tatanan interaksi sosial dalam ranah masyarakat pada umumnya. Interaksi atau bertatap muka seiring berjalannya waktu mulai terkikis-dapat dilihat bahwasanya kurun waktu 24 jam dalam sehari belum tentu seseorang melakukan percakapan kecil “interaksi langsung (bertatap muka)”-, sedangkan menayakan kabar dengan individu lain lebih dari 10 menit dalam dunia nyata berjalan hanya sekali dalam sepekan. Dalam satu hari, orang akan berinteraksi dengan beberapa orang sekaligus melalui media jejaring sosial.

Berikut model dari pembahasan:



Gambar 5. Model Kerja Trust

4. SIMPULAN

Masalah pokok pada *paper* ini yaitu posisi dari media sosial ini menggantikan interaksi sosial dalam kehidupan terutama menyangkut keberadaan *trust* sebagai pembentuk baru kajian tradisi kritis. Dari deskripsi dalam pembahasan *paper* ini dapat dihasilkan dua kesimpulan sebagai berikut:

Nilai (rasa nyaman) dan situasi keterbukaan, menjadi pionner utama *trust* dalam membangun keberadaan media sosial sebagai konstruksi pembentuk kajian baru tadi.

Daftar Pustaka

- [1] Anonim. 2010. *Komnas Anak Catat 36 Kasus Facebook*, 23/2, 2010. <http://www.detikinet.com/komnas-anak-catat-36-kasus-facebook.htm>. Diakses pada 14 Februari 2011 pukul 18:30.
- [2] Anonim. 2010. *Kak Seto Dilapori 100 Kasus Facebook*, 17/2, 2010. <http://bataviase.co.id/category/media/berita-kota>. Diakses pada 14 Februari 2011 pukul 18:30.
- [3] Anonim. 2010. *Kasus Facebook, Ari Tiga Kali Setubuhi Nova*, 10/2, 2010, <http://www.tabloidnova.com/Kasus-Facebook-Ari-Tiga-Kali-Setubuhi-Nova.htm>. Diakses pada 14 Februari 2011 pukul 18:30.
- [4] Biagi, Shirley. 2010. *Media/ Impact: An Introduction to Mass Media, Ninth Edition*. Penerjemah Mohammad Irfan. 2010. *Media/ Impact: Pengantar Media Massa, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [5] Anonim. 2011. *Facebook*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>. Diakses pada 14 Februari 2011 pukul 18:30.
- [6] Anonim. 2011. *Pengguna Facebook Indonesia Masuk Ranking 2 Dunia*. <http://www.alkode.net/2010/01/15/pengguna-facebook-indonesia-masuk-ranking-2-dunia/facebook-user-rank>. Diakses pada 14 Februari 2011 pukul 18:30.
- [7] Anonim. 2011. *Twitter*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Diakses pada 14 Februari 2011 pukul 18:30.
- [8] Anonim. 2011. *Indonesia Peringkat 5 Pengguna Twitter*. <http://www.prorebel.com/2011/02/14/indonesia-peringkat-5-pengguna-twitter-infographic/twitter-top-10-global-markets-by-reach>. Diakses pada 14 Februari 2011 pukul 18:30.
- [9] Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2008. *Theories of Human Communication, Ninth Edition*. Penerjemah Mohammad Yusuf Hamdan. 2009. *Teori Komunikasi, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [10] Fajar, Arief. 2011. *Keharusan Literasi Informasi*. Harian Solo Pos, 14 Maret 2011.
- [11] Griffin, Emory. 2008. *A First Look at Communication Theory, Seventh Edition*. Boston: McGraw-Hill.
- [12] Schramm, Wilbur. 1964. *Mass Media and National Development, The Role of Information in the Developing Countries*. California: Stanford University
- [13] Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi, Ed. Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya