

MEDIA SOSIAL: DRAMATURGI DALAM FACEBOOK

(Analisis Tekstual Penyalahgunaan Media Sosial *Facebook*)

Dikhorir Afnan

Dosen Universitas Muhammadiyah Cirebon

Email: *dikhorir@umc.ac.id*

ABSTRAK

Bagi sebagian orang, *Facebook* memang kerap memberikan sensasi tersendiri, membuat adrenalin bergejolak, bahkan sering lupa diri. Sedemikian dahsyatnya, *Facebook* bahkan mampu membentuk peradaban baru di tengah-tengah masyarakat, tidak hanya masyarakat modern namun juga bagi masyarakat tradisional. Dengan *Facebook*, pengguna dapat memperoleh berbagai informasi sekaligus *sharing* pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain melalui komunitasnya. Tidak hanya sebagai sumber informasi, *Facebook* juga seringkali dijadikan wadah untuk berbagi cerita, dan berbagai perasaan yang tidak dapat tersalurkan dalam dunia sosial yang nyata. Melalui jejaring sosial ini pula pengguna *Facebook* dapat membentuk komunitas sosial tertentu yang diinginkan, seperti membuat grup, baik yang bersifat terbuka maupun tertutup. Namun demikian, penggunaan *Facebook* yang berlebihan tidak berarti tanpa menimbulkan efek negatif. Sejumlah riset menemukan dampak negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan *Facebook* yang salah.

Kata Kunci: Media Sosial, Facebook, Dramaturgi, Dampak Negatif, Informasi

ABSTRACT

For some people, Facebook often gives its own sensation, makes the adrenaline flare up, and often forget themselves. So powerful, Facebook is even able to form a new civilization in the midst of society, not only for modern society but also for traditional society. With Facebook, users can obtain various information while sharing knowledge and experience with others through their community. Not only as a source of information, Facebook is also often used as a place to share stories, and various feelings that cannot be channeled into the real social world. Through this social network Facebook users can form certain desired social communities, such as creating groups, both open and closed. However, excessive use of Facebook is meaningless without causing negative effects. A number of studies have found a negative impact caused by the wrong use of Facebook.

Keywords: Social Media, Facebook, Dramaturgi, Negative Impact, Information

PENDAHULUAN

Sejak kali pertama didirikan oleh Mark Zuckerberg dan kawan-kawan pada tahun 2004 silam, popularitas penggunaan jejaring sosial *Facebook* hingga kini relatif stabil. Transformasi interaksi komunikasi interpersonal dari dunia nyata ke dunia maya ini seolah menjadi sarana alternatif bagi siapa saja yang ingin mencitrakan dirinya di mata publik. Tidak sedikit orang yang semula biasa-biasa saja di lingkungan masyarakatnya, namun dalam sekejap menjadi populer karena banyaknya pengikut di media sosial.

Dalam konteks *Dramaturgi*, penggunaan media sosial *Facebook* ada yang disebut dengan *personal front* yang terdiri dari *appereance* (penampilan) dan *manner* (cara-cara). *Appereance* merupakan sikap yang mencerminkan status sosial sang aktor atau pemilik akun *Facebook*, yaitu cara dia bersosialisasi dengan pengguna lainnya. Sedangkan *manner* adalah cara sang aktor menampilkan dirinya. Pola tingkah laku yang ditunjukkan yaitu bersikap sopan, baik atau jahat. *Appereance* dikelola dalam pesan verbal dan nonverbal. Seringkali untuk menunjukkan karakter pemilik akun *Facebook* diperlihatkan dari status yang dibuatnya, komentar yang

dibuatnya atau hal-hal yang dibagikan kepada pengguna lainnya (Tamburaka, 2013:225).

Bagi sebagian orang, *Facebook* memang kerap memberikan sensasi tersendiri, membuat adrenalin bergejolak, bahkan sering lupa diri. Sedemikian dahsyatnya, *Facebook* bahkan mampu membentuk peradaban baru di tengah-tengah masyarakat, tidak hanya masyarakat modern namun juga bagi masyarakat tradisional. Dengan *Facebook*, pengguna dapat memperoleh berbagai informasi sekaligus *sharing* pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain melalui komunitasnya. Tidak hanya sebagai sumber informasi, *Facebook* juga seringkali dijadikan wadah untuk berbagi cerita, dan berbagai perasaan yang tidak dapat tersalurkan dalam dunia sosial yang nyata. Melalui jejaring sosial ini pula pengguna *Facebook* dapat membentuk komunitas sosial tertentu yang diinginkan, seperti membuat grup, baik yang bersifat terbuka maupun tertutup.

Namun demikian, penggunaan *Facebook* yang berlebihan tidak berarti tanpa menimbulkan efek negatif. Sejumlah riset menemukan dampak negatif yang ditimbulkan akibat penggunaan *Facebook* yang salah. Di

antaranya; tingkat keamanan *privacy* seseorang menjadi menurun, banyak aktivitas yang terbengkalai, kesempatan mendekati diri dengan Tuhan terlewatkan; menurunnya rasa kepedulian terhadap sesama, sering lupa diri, agresif, posesif, kecemasan akut, kesepian, praktik pornografi meluas, bisnis seks meningkat, dan kesulitan membedakan antara ilusi dan kenyataan.

Menariknya, sejumlah tokoh dunia modern justru memilih menutup akun media sosial mereka. Pendiri Microsoft, Bill Gates misalnya, memutuskan untuk menghentikan akun *Facebook*-nya. Begitu juga dengan Keira Knightley, aktris cantik asal Inggris ini rela menutup akun *Twitter*-nya meski ada ribuan penggemar di sana. Bahkan Steve Jobs, inovator Ipad, secara ketat membatasi penggunaan perangkat yang ia ciptakan sendiri terhadap anak-anaknya. Ada pernyataan mencengangkan ketika salah satu tim riset dari Amerika melakukan penelitian terkait penggunaan media sosial *Facebook* pada tahun 2009 silam, mereka menyimpulkan bahwa *Facebook* dan *Twitter* ternyata dapat menghancurkan nilai-nilai kemanusiaan.

Rumusan Masalah

Dari paparan singkat di atas, penulis dapat merumuskan permasalahan

dengan satu pertanyaan: Bagaimana dramaturgi *Facebook* yang diciptakan oleh pengguna media sosial?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui dramaturgi *Facebook* yang diciptakan oleh pengguna media sosial.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan sekaligus memberikan wawasan dan pengetahuan baru tentang gambaran panggung depan dan panggung belakang yang sering dilakukan oleh pengguna media sosial *Facebook*.

LANDASAN TEORETIS

Berikut ini definisi media sosial menurut para pakar sebagaimana dikutip Fuchs dalam Nasrullah (2015:11):

- Mandibergh. Media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*),
- Shrkly. Media sosial adalah perangkat lunak sosial untuk meningkatkan kemampuan pengguna berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang

- semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi,
- Boyd. Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunikasi untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain,
 - Van Dijk. Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi,
 - Meike dan Young. Media sosial adalah konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dalam teori *Dramaturgi*, Goffman seperti dikutip Tamburaka (2013:224) membagi kehidupan sosial dalam dua wilayah, yaitu:

1. *Front stage* (panggung depan), merupakan wilayah di mana individu akan menampilkan perannya secara formal sebagai seorang aktor yang berada di “panggung depan” pertunjukan.

2. *Back stage* (panggung belakang), merupakan wilayah di mana individu mempersiapkan dirinya sebelum tampil di “panggung depan”. Tempat di mana aktor merias diri, berlatih untuk mempersiapkan penampilannya.

Stage atau panggung merupakan wilayah setiap individu berbeda bertemu peran dan berbagi informasi yang berbeda, dalam hal ini kita dapat mengatakan *profile* individu yang ditampilkan dalam *wall* akun *Facebook* sebagai sebuah panggung. Sedangkan panggung itu sendiri terdiri dari dua, yaitu *front stage* dan *back stage*. *Front stage* atau panggung depan merupakan tempat pertunjukan berlangsung dan *performer* (aktor) serta *audience* (penonton) berada di sana. Dalam hal ini kita mengatakan bahwa aktor adalah setiap pemilik akun *Facebook* dan penonton adalah setiap orang yang melihat akun *Facebook* itu. Sedangkan *back stage* atau panggung belakang merupakan tempat di mana *performer* ada tetapi *audience* tidak ada. Di sini panggung belakang hanyalah diketahui pemilik akun *Facebook* itu sendiri, dia bebas mengolah dan mengubah karakternya sesuai yang diinginkan meskipun tidak sesuai kenyataan.

Sedangkan *audience* tidak dapat mengetahui perubahan yang terjadi di panggung belakang karena tidak ada satu pun *audience* terlihat di panggung belakang. Oleh karena pemilik akun *Facebook* memiliki *privacy* dan *password* sendiri (Tamburaka, 2013:224-225).

METODOLOGI PENELITIAN

Alan McKee dalam Ida (2014:65) menjelaskan bahwa analisis tekstual adalah sebuah metodologi: “*a way of gathering and analysing information in academic research*”. Dengan kata lain, analisis tekstual adalah suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan dan menganalisis informasi dalam riset akademik. Lebih lanjut McKee menjelaskan, analisis tekstual adalah interpretasi-interpretasi yang dihasilkan dari teks. Interpretasi-interpretasi ini adalah proses ketika kita melakukan *encoding* sekaligus *decoding* terhadap tanda-tanda di dalam kesatuan sebuah teks yang dihasilkan.

Interpretasi-interpretasi kita tidak selamanya harus benar. Karena menurut McKee, ketika melakukan analisis tekstual, kita tidak berusaha untuk mencari “interpretasi yang benar”. Interpretasi yang kita hasilkan haruslah

mampu memberikan kepercayaan atau meyakinan (*convincing*) bagi argumen-argumen penelitian yang kita bangun sebagai tesis penelitian kita. Tidak seperti kuantitatif yang menuntut “kebenaran” dari sebuah hasil penelitian, maka dalam analisis tekstual, peneliti tidak dituntut untuk melakukan interpretasi yang tepat. Maka, dalam melakukan asesmen terhadap penelitian analisis tekstual, kita tidak bisa menggunakan standar karena standardisasi tidak dibutuhkan dan ditekankan dalam metode penelitian ini (Ida, 2014:65).

PEMBAHASAN

Kasus bunuh diri seorang remaja putri saat mendapatkan berita via *Facebook* dari seseorang yang menginformasikan teman pria yang dikenalnya di *Facebook* meninggal dunia, adalah bukti bahwa dampak penggunaan *Facebook* di tengah-tengah masyarakat kita sangat memprihatinkan. Meski ternyata diketahui teman prianya itu tidak benar-benar meninggal melainkan hanya menguji kesetiaan remaja putri tersebut, penggunaan media sosial secara serampangan justru sangat merugikan penggunaannya sendiri.

Contoh kasus lain dari penyalahgunaan *Facebook* yang memakan korban remaja putri antara lain:

1. MNT (inisial), merupakan salah satu siswi SMP, menghilang dari rumah tantenya, namun kemudian ditemukan bersama seorang pria yang dikenalnya melalui *Facebook*. MNT telah mengalami pencabulan sebanyak tiga kali.
2. SAT (inisial), seorang siswi SMAN yang menghilang bersama rekan pria.

Dia berteman dengan seseorang melalui *Facebook*, hingga akhirnya ditemukan di salah satu warnet dalam kondisi kehilangan *handphone*.

3. AS (inisial), seorang pelajar SMP menghilang empat hari, dan ternyata dibawa lari kekasihnya yang dikenalnya melalui *Facebook*. Keduanya dibekuk polisi di sebuah hotel. Tapi, pemuda pengangguran ini sempat menyeturahi sebanyak empat kali (Tamburaka, 2013:222).



Contoh kasus penculikan anak yang sempat menghebohkan dunia maya *Facebook*
(Sumber: <https://www.google.com>)



Contoh foto profil yang sering disalahgunakan untuk mengelabui korban tindak kejahatan di media sosial *Facebook*
(Sumber: <https://www.google.com>)



Pelaku kejahatan *cyber* yang kerap beraksi di media sosial *Facebook* berhasil diringkus aparat kepolisian
(Sumber: <https://www.google.com>)

Menurut psikolog dari Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Anak (P2TP2A), Vety Nurhidayat, kasus dibawa larinya remaja putri oleh teman *Facebook* adalah bentuk masih mendominasinya “darah muda” remaja. Dengan jiwa yang masih

pemberontak, mereka rela meninggalkan rumah orang tua demi kenalan barunya di *Facebook*. Hasrat jatuh cinta mereka saat itu meningkat. Sehingga mereka merasa nyaman dengan orang yang baru dikenalnya melalui *Facebook* (Tamburaka, 2013:222).

Goffman seperti dikutip Kuswarno (2009), mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Dia menyebut upaya tersebut sebagai *impression management* (manajemen kesan), yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk menimbulkan kesan tertentu, seseorang akan mempresentasikan dirinya dengan atribut, atau tindakan tertentu, termasuk pakaian, tempat tinggal, perabotan rumah tangga, cara berjalan, gaya bicara, dan sebagainya (Tamburaka, 2013:227).

Dalam kasus-kasus kriminalitas baik penculikan maupun penipuan di jejaring sosial *Facebook*, manajemen kesan dikonstruksi penjahat sebagai aktor untuk memperdayai korbannya, karena aktor kejahatan ini berhasil membuat kesan yang menarik dan dapat dipercaya oleh korbannya. Pelaku sebisa mungkin memilih dan menampilkan foto profilnya dengan sangat menarik. Didukung kemampuan berkomunikasi yang baik, semakin membuat orang lain atau calon korbannya ini terpana sehingga mempercayai apa pun yang dikatakan aktor tersebut.

Maraknya aksi kejahatan di media sosial, terutama *Facebook*, boleh jadi akibat ketidakpekaan calon korban dalam melihat *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) terhadap akun *Facebook* orang lain (aktor kejahatan). Padahal seperti kita maklum, apa yang ditampilkan pada foto profil belum tentu kebenarannya. Faktanya, ada banyak sekali akun *Facebook* yang tidak sesuai antara nama pengguna dengan foto profil yang ditampilkan.

Oleh karenanya, agar pengguna *Facebook* tidak terjebak atau menjadi korban dari tindakan kriminal pelaku kejahatan *cyber*, maka perlu mengenali panggung depan akun orang lain (baik foto profilnya, statusnya, maupun *performance*-nya). Selain itu, tak kalah pentingnya adalah kita juga harus mengetahui panggung belakang akun orang lain. Caranya, bisa dengan menelusuri *add* (pertemanan) akun orang lain dengan mencari tahu apa dan siapa dia sebenarnya melalui informasi jejaring sosial dari orang-orang terdekatnya.

Meminjam istilah Mulyana (2015:85), media sosial ibarat Janus, dewa dalam mitologi Romawi yang berwajah dan berkepribadian ganda: baik dan jahat. Media sosial penuh paradoks, bisa membawa berkah, namun juga

laknat. *Facebook* dapat mendekatkan yang jauh, namun juga menjauhkan yang dekat. *Facebook* bisa membangun persahabatan, namun sekaligus juga memicu konflik dan perselingkuhan. Media sosial mempercepat dan memudahkan pengambilan keputusan dalam organisasi dan bisnis, namun juga meningkatkan penipuan dan praktik korupsi. Media sosial meningkatkan demokratisasi dalam kehidupan politik, namun juga memicu demonstrasi tak terkendali dan kekacauan.

Mulyana menginterpretasikan media sosial sebagai perpanjangan pancaindra manusia. Ia tak dapat menggantikan komunikasi tatap-muka yang paling ampuh, paling persuasif, dan paling alamiah, karena model komunikasi ini menggunakan semua pancaindra manusia. Komunikasi nonverbal seperti sentuhan, jarak berbicara yang dekat, bau-bauan, dan ekspresi wajah (terutama pandangan mata dan senyuman) tak dapat digantikan media sosial. Sentuhan dapat berarti sayang, simpati, empati, rasa suka, yang jika dilakukan secara benar bahkan dapat memperpanjang harapan hidup.

KESIMPULAN

Dalam kasus-kasus kriminalitas baik penculikan maupun penipuan di

jejaring sosial *Facebook*, manajemen kesan dikonstruksi penjahat sebagai aktor untuk memperdayai korbannya, karena aktor kejahatan ini berhasil membuat kesan yang menarik dan dapat dipercaya oleh korbannya. Pelaku sebisa mungkin memilih dan menampilkan foto profilnya dengan sangat menarik. Didukung kemampuan berkomunikasi yang baik, semakin membuat orang lain atau calon korbannya ini terpana sehingga mempercayai apa pun yang dikatakan aktor tersebut.

Maraknya aksi kejahatan di media sosial, terutama *Facebook*, boleh jadi akibat ketidakpekaan calon korban dalam melihat *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) terhadap akun *Facebook* orang lain (aktor kejahatan). Padahal seperti kita maklum, apa yang ditampilkan pada foto profil belum tentu kebenarannya. Faktanya, ada banyak sekali akun *Facebook* yang tidak sesuai antara nama pengguna dengan foto profil yang ditampilkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media

Mulyana, Deddy. 2015. *Komunikasi Media dan Masyarakat: Membedah Absurditas Budaya Indonesia*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers