Analysis of Gratification Sougth and Gratification Obtained on Facebook

Rini Indriani Gunawan[1] dan Alila Pramiyanti[2]

[1] Graduated from Communication Science Program, Telkom Institute of Management
[2] Faculty of Communication Science Program, Telkom Institute of Management
Email: alilaku@gmail.com

ABSTRACT *The most popular social media is Facebook that launched in February 2004. As of January 2012, Facebook has almost 1 billion active users. Indonesia is the fouth country with the largest Facebook users. Many research said that Facebook has affected the social life and activity of people in various ways. Moreover psychologist explained Facebook Addiction Disorder (FAD) as it's a situation which Facebook usage overtakes daily activities like your normal function, eating, working, waking up, sleeping and many more.*

This research was conducted to examine motives and satisfaction expected (gratification sought) and the real satisfaction was gained (gratification obtained) to Facebook addicts in Telkom Institute of Management students. This research was held in November 2011- January 2012. This research used an explanatory qualitative method. The determination of the key informants in this research was based on the students who have the criteria as Facebook addicts.

The results of this research concluded that the informants are very active Facebook user. The students, who are addicted to Facebook, are information seeker with extrovert personality. They also get positive experience while using this social network. They used this site to find information, news and entertainment, to fulfill of diversion to build relationships with friends and other relations and to compliance personal identity. The satisfaction expected by the informants accordance with the satisfaction gained when using Facebook, thus making them will continue to use it and become addicted to Facebook by the time they could not be define.

Keywords : Addicts, Gratification Obtained, Gratification Sought.

1 Pendahuluan

Ada beberapa faktor yang menyebabkan Facebook menjadi situs jejaring sosial yang paling diminati banyak orang. Pertama, Facebook menyediakan fasilitas untuk mempublikasikan foto, lalu membagikan foto kepada teman-teman ataupun publik, menulis pesan di dinding teman (wall). Bila ada pesan baru dalam wall seorang teman ,maka akan dipublikasikan melalui pemberitahuan (notification) kepada teman-teman lainnya di Facebook. Facebook juga memanjakan penggunanya dengan berbagai aplikasi, mulai dari permainan/game, tes kepribadian, tes IQ, memberikan hadiah kepada orang lain secara maya, hingga mempublikasikan atau menyusun sebuah acara yang terdiri dari pilihan (*attending, maybe, no attending*) dan lain-lain, semuanya diumumkan dalam notification kepada teman-temannya.

Menurut www.checkfacebook.com pengguna terbanyak situs jejaring sosial Facebook di Indonesia berada di rentang usia 18-24 tahun dan terdapat di daerah perkotaan. Mahasiswa mempunyai alasan ketika akan menggunakan situs jejaring sosial Facebook. Alasan ini disebut

sebuah motif dan kepuasan yang ingin diraih saat menggunakan situs jejaring sosial Facebook atau disebut dengan Gratification Sougth. Saat menggunakan situs jejaring sosial Facebook, seringkali menyebabkan mahasiswa akan terus menerus membuka kembali situs ini dikarenakan kepuasan nyata yang diraihnya atau yang sering disebut Gratification Obtained (Kriyantono, 2006:208). Motif dan kepuasan nyata yang diraih oleh mahasiswa akan bermacam-macam sesuai dengan kebutuhan dan intensitas penggunaan situs jejaring sosial Facebook tersebut.

2 Literatur

2.1 Media Komunikasi Baru

Peran media kian meningkat di dalam masyarakat, khususnya di Indonesia. Media massa di Indonesia pada dasawarsa terakhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perubahan media massa, baik itu media massa cetak maupun elektronik, perlahan namun pasti mencapai pada titik dimana semuanya berubah format menjadi digital.

Internet, *newsgroups, mailing lists*, perbincangan di radio yang mengundang telepon pendengarnya, world wide web, televisi kabel multi saluran, buku-buku yang melampirkan disket-disket komputer, serta media sosial tidak dapat dikategorikan secara mudah apakah mereka termasuk dalam komunikasi massa atau bukan. Saat ini media-media tersebut dikategorikan sebagai lingkungan media baru.

"Social Media is the democratization of information, transforming people from content readers into content publishers. It is the shift from a broadcast mechanism to a many-to-many model, rooted in conversation between authors, people, and peers. Social media uses the "wisdom of crowds" to connect information in collaborative manner" (Evans, 2008:33).

Di dalam media sosial terdapat situs jejaring sosial yang sering digunakan sebagai media komunikasi. Jejaring sosial sendiri merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Media sosial membuat orang dapat memberi kontribusi dan feedback secara langsung, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

2.2 Teori Mashall McLuhan

Marshall Mc Luhan menyatakan dalam buku nya, Understanding Media: The Extensions of Man (1994), *"a medium affects the society in which it plays a role not only by the content delivered over the medium, but also by the characteristics of the medium itself."* Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa the medium is the message, maksudnya medium yang dipakai untuk menyampaikan informasi dan pesan, membentuk format pesan itu sendiri. McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia. Media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda.

Dunia masa depan adalah seperti yang digambarkan McLuhan (1994) sebagai desa global (Global Village), dimana masyarakat berinteraksi dan dibentuk oleh teknologi elektronik didunia yang semakin mengerut. Artinya, semakin dimungkinkan terjadinya pertukaran gagasan, penjelajahan ide, pertukaran informasi dan komunikasi yang nyaris tak terbentur oleh ruang dan waktu. Seperti di dalam Facebook yang telah membentuk komunitas dunia maya sendiri yang disebut Facebookers,dimana memungkinkan proses pertukaran informasi, gagasan dan lainnya yang bersifat personal ataupun umum.

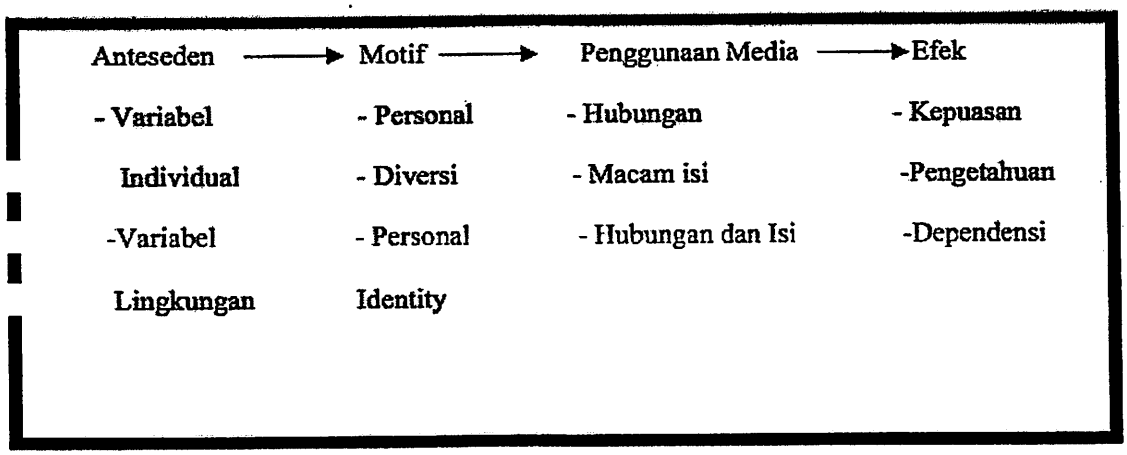
2.3 Computer Mediated Communication (CMC)

Berdasarkan definisi Knapp (2002:100) yang dimaksud dengan Computer Mediated Communication adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang-orang, berada dalam konteks yang terbatas, dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk tujuan yang beraneka ragam. CMC adalah sebuah proses komunikasi melalui komputer yang melibatkan orang di situasi tertentu untuk berbagai macam tujuan. Tujuan-tujuan yang ingin dipenuhi tersebut dilatarbelakangi suatu motif, disinlah berlaku teori uses and gratifications.

Salah satu bentuk dari CMC adalah Social Network Site atau situs media sosial. Saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan media online yang membuka sarana atau wadah mengaplikasikan teori CMC ini kepada khalayak, salah satunya yaitu Facebook. Pada Facebook terdapat banyak fitur, aplikasi, serta multimedia yang dapat digunakan oleh penggunanya, seperti wall (dinding), profile, koleksi foto, video, catatan, tautan. Pada kotak surat terdapat inbox, outbox, dan terdapat fitur chatting, dimana pengguna dapat melakukan interaksi atau komunikasi jarak jauh, namun media chatting ini hanya dapat digunakan untuk pengguna yang sedang sama-sama online.

2.4 Teori Uses and Gratifications

Teori uses and Gratifications tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada seseorang, melainkan tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media (Rakhmat, 2007:65). Palmgreen (dalam Kriyantono, 2006:208) menyatakan bahwa "Teori Uses and Gratification sering memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media, apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media (gambar 2.3), apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut GS (Gratification Sougth) dan GO (Gratification Obtained)." Gratification Sougth adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu dan motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Sedangkan gratification obtained adalah kepuasaam yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu jenis media tertentu.



Gambar 1. Model Uses And Gratifications (Rakhmat, 2007:66)

Selanjutnya, Rakhmat (2007:66-67) menjelaskan model tersebut sebagai berikut:

(a) Variabel Anteseden terbagi atas dua:

1. variabel individual yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin dan faktor-faktor psikologis komunikan.
2. variabel lingkungan meliputi organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial.

(b) Motif. Daftar motif memang tidak terbatas, tetapi operasionalisasi Blumer menyebutkan ada tiga orientasi, yaitu:

1. orientasi kognitif (kebutuhan akan informasi, surveillance atau eksplorasi realitas).
2. diversi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan).
3. identitas personal, yaitu menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku manusia sehingga menimbulkan perilaku komunikasi dan interaksi sosial dalam menggunakan media, salah satunya adalah faktor sosiopsikologis. Dalam faktor ini dijelaskan adanya motif-motif kebutuhan manusia dalam berinteraksi sosial, termasuk juga dalam situs jejaring sosial Facebook. Dalam buku Jalaluddin Rakmat yang berjudul Psikologi Komunikasi (2004:37), berbagai klasifikai motif sosiogenesis yang merupakan salah satu faktor sosiopsikologis akan dipaparkan berikut:

I. W.I Thomas dan Florian Znaniecki yaitu keinginan memperoleh pengalaman baru, kenginan untuk mendapat respons, keinginan akan pengakuan, dan keinginan akan rasa aman.

II. David McClelland yaitu kebutuhan berprestasi, kebutuhan akan kasih sayang, dan kebutuhan berkuasa.

III. Abraham Maslow yaitu kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan keterikatan dan cinta, kebutuhan akan penghargaan, dan kebutuhan untuk pemenuhan diri.

:) Penggunaan media terdiri dari:

1. jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media
2. jenis isi media yang dikonsumsi
3. hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi

l) Efek media meliputi:

1. Kepuasaan: adanya evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan
2. Pengetahuan: apa yang diketahui responden mengenai persoalan tertentu.
3. Dependensi media : bagaimana ketergantungan responden pada media dan isi media untuk kebutuhannya.

alam hubungannya dengan Computer Mediated Communication (CMC), Lin (1996) dalam urnal of Broadcasting & Electronic Media menyatakan kekuatan utama dari teori Uses ıd Gratifications adalah teori ini berkemampuan meneliti hingga menginvestigasi situasi MC yang menyangkut kebutuhan psikologi, kebutuhan motif, saluran komunikasi, konten ›munikasi dan kepuasaan.

lain itu, Teori Uses and Gratification sendiri telah diuji sebagai dasar pemikiran oleh Perse ın Dunn pada tahun 1997 yang secara khususs mengamati penggunaan computer untuk :rkomunikasi dengan orang lain melalu layanan informasi dan internet.(dalam Mirabito

dan Morgenstern, 2004 :231). Penelitian tersebut akhirnya menarik kesimpulan bahwa orang menggunakan komputer sebagai sarana komunikasi elektronik untuk memenuhi kebutuhan yang ada pada teori uses and gratifications.

Sejumlah studi yang sama dilakukan oleh Mirabito dan Morgenstern dicoba untuk diterapkan pada skala organisasi, dimana jaringan komputer digunakan sebagai jaringan komunikasi, yang kemudian disebut sebagai computer mediated communication. Objek pada penelitian ini adalah Friendster yang pada saat itu memang sedang trend yang merupakan salah satu contoh dari computer nediated communication. Sebuah hal terpenting yang diperhatikan disini adalah konsep kehadiran (presence), dimana sesuatu yang maya dirasakan seolah sebagai objek yang benar/nyata adanya. Friendster dikatakan memiliki tingkat presensi sosial yang tinggi, karena proses komunikasi berlangsung dua arah, dan dapat membuat individu yang menggunakannya mempunyai pengalaman tersendiri berkaitan dengan membangun sebuah relasi.

3 Metodologi

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Peneliti menggunakan tipe eksplanatori dengan tujuan menjelaskan dan memaparkan mengenai bagaimana sebuah variabel anteseden dan motif mahasiswa Institut Manajemen Telkom dalam penggunaan situs jejaring sosial Facebook serta membuat efek kecanduan terhadap situs ini.

Pengambilan sampel pada penelitian ini mengacu pada survey yang dilakukan oleh peneliti kedua (Alila Pramiyanti) terhadap 100 mahasiswa Institut Manajemen Telkom dengan menggunakan judgement sampling pada bulan Agustus 2011. Survey tersebut menunjukan terdapat 4 orang pecandu situs jejaring sosial Facebook. Kategori pecandu diperoleh berdasarkan ciri-ciri pecandu yang diuraikan oleh American Psychiatry Association (dalam www.kompas.com) yaitu membuka Facebook lebih dari dua kali sehari dengan durasi di atas 3 jam setiap kali mengakses dan update status lebih dari dua kali dalam satu hari. Berdasarkan hal itu maka terpilihlah informan sebagai berikut Riani Sabilliani (Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi 2008), Ari Anjar Wiranti (Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi 2009), Donie Hulalata (Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi 2010), Jumali Ariadinata (Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi 2009).

4 Hasil

4.1 Variabel Anteseden Informan

Variabel anteseden terdiri dari variabel individu serta lingkungan dimana informan berada, seperti demografi key informan, faktor psikologis yang membuat mereka sadar akan kehadiran situs jejaring sosial Facebook serta lingkungan tempat tinggal dan pergaulan key informan. Donie Hulalata adalah seorang mahasiswa Institut Manajemen Telkom Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010. Ia sudah gemar bermain komputer sejak duduk di bangku kelas 1 Sekolah Menengah Pertama. Ia sering melihat Ayah-nya menggunakan komputer, lambat laun ia pun meminta untuk diajarkan dan semakin lama menjadi semakin tertarik. Hal yang paling disukainya dari komputer adalah membuat desain dan mengakses internet, dari mulai browsing, bermain games online hingga membuka situs jejaring sosial. Donie berusaha untuk selalu aktif dalam berorganisasi dengan mengikuti berbagai kepanitian kampus.

Ia pertama kali menggunakan Facebook pada saat kelas 2 SMA sekitar tahun 2007 akhir. Ia mengetahui Facebook dari temannya yang menceritakan bahwa ada situs jejaring sosial lebih canggih dari Friendster. Kegemarannya dalam mengakses internet dan situs jejaring sosial

Facebook pula yang membuat ia berani mengajukan diri sebagai calon Menteri Departemen Komunikasi dan Informasi BEM IM Telkom periode 2012-2013. Salah satu tugas menjadi menteri adalah mengurus group BEM IM Telkom dalam Facebook dan media sosial lainnya dan selalu meng-update semua informasi terkini mengenai kampus.

Selain mempunyai account pada situs jejaring sosial Facebook, Donie mempunyai account di beberapa situs jejaring sosial lainnya, seperti Friendster, Multiply, Tumblr dan Twitter. Namun Facebook-lah situs jejaring sosial yang ia akui digunakan secara rutin dan membuatnya kecanduan.

Informan kedua yaitu Ari Anjar Wiranti, seorang mahasiswi Institut Manajemen Telkom jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2009. Ia bergabung dengan situs jejaring sosial Facebook sejak tahun 2008. Ia mengetahui situs jejaring ini dari kakaknya, karena tertarik ia langsung meminta kakaknya untuk membuatkan account Facebook atas nama Ari Anjar. Account Facebook itu pun aktif hingga sekarang. Lingkungan tempat ia tinggal saat ini berada di kawasan pendidikan Telkom yang rata-rata penduduknya mahasiswa perantauan, sama dengan dirinya. Lingkungan tempat tinggalnya saat ini sedikit kurang aman karena sering terjadi kasus pencurian. Oleh karena itu ia lebih senang diam di kos tetapi selalu berusaha mengikuti kepanitian yang ada dikampus agar tidak terlalu menjadi mahasiswa yang apatis dan mempunyai banyak teman. Jika tidak ada kuliah atau tidak mengikuti kepanitian, ia lebih senang menghabiskan waktunya di kos yang membuat intensitas mengakses internet pun meningkat.

Informan ketiga yaitu Riani Sabilliani, seorang mahasiswi Institut Manajemen Telkom Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2008. Ia tinggal di daerah Dago, dimana tempat yang strategis untuk membangun sebuah usaha karena letaknya dekat dengan beberapa kampus ternama. Oleh karena itu, orang tua nya termasuk penduduk Dago yang membangun rumah kos dan melengkapinya dengan fasilitas yang lengkap, salah satunya ialah fasilitas internet. Hal ini menguntungkan untuknya dalam mengakses internet dan situs jejaring sosial Facebook yang menjadi kesukaan Riani.

Saat ini aktivitas yang dijalankannya hanya kuliah dan menghadiri acara-acara kampus. Ia tidak pernah mengikuti oganisasi kampus karena merasa sudah cukup mempunyai kehidupan sosial dan lebih memilih menghabiskan waktu di rumah untuk berkumpul bersama keluarga dan mengakses internet. Ia mengaku telah telah menjadi anggota situs jejaring social Facebook sejak tahun 2008 awal, namun tidak ingat persisnya tanggal dan bulan berapa. Ia membuat account Facebook itu karena dorongan dari sahabatnya sejak SMA. Pada awalnya ia tidak tertarik, namun sahabatnya terus menerus menceritakan situs jejaring sosial Facebook.

Dari pernyataannya tersebut, ia mengakui bahwa awalnya ia mengalami kesulitan dalam mengakses situs jejaring sosial Facebook. Hal ini ternyata serupa dengan apa yang dialami Ari pada saat pertama kalinya mengakses situs jejaring sosial Facebook.

Key informan terakhir adalah Jumali Ariadinata, seorang mahasiswa Institut Manajemen Telkom Jurusan Manajemen Bisnis dan Telekomunikasi angkatan 2009. Ia bergabung dengan Facebook pada awal tahun 2008. Awal ketertarikannya dengan Facebook adalah saat ia membaca artikel yang mengulas tentang Facebook dan Marck Zuckerberg di sebuah surat kabar nasional Harian Kompas dan langsung mendaftar menjadi anggota Facebook. Ia ingin menjadi trendsetter di lingkungan sekolahnya, SMA asrama di Palembang dan pada saat itu masih sedikit teman yang memiliki account Facebook. Juma, begitu sapaan akrabnya mengatakan bahwa ia tidak bisa berhenti membuka situs jejaring sosial Facebook karena mempunyai sahabat yang berasal dari United Kingdom. Walaupun banyak situs jejaring sosial lain yang memiliki fitur chatting, entah kenapa ia dan temannya lebih nyaman chatting di situs jejaring sosial Facebook.

4.2 Motif informan dalam menggunakan situs jejaring sosial Facebook

4.2.1 Kebutuhan akan informasi

Salah satu karakteristik dari media online adalah aksesibilitas tinggi terhadap informasi sehingga menyebabkan informasi bersifat fleksibel, sesuatu dengan pemahaman dan pengalaman personal individu-individu penggunanya. Siapapun Anda, dimanapun berada, kapanpun meninginkan, Anda dapat mengakses informasi yang ada di media online atau situs jejaring sosial.

Semua key informan yang diwawancarai oleh peneliti menyebutkan bahwa situs jejaring sosial Facebook menjadi sumber mengenai informasi terbaru mereka dan informasi terbaru teman-temannya. Hal itu bisa dilihat dari saat pertama kali login ke dalam akun Facebook, yaitu pada bagian Home/ News Feed. Menurut Ari, situs jejaring sosial Facebook adalah sumber identitas diri bagi orang lain. Setiap pengguna bisa mengisikan profil dirinya, seperti nama kakak/ adiknya, tanggal/tempat lahir, hingga musik kesukaannya, dan semuanya itu bisa diakses oleh teman-temannya di situs tersebut. Jadi ia tidak perlu menceritakan latar belakang dirinya secara langsung kepada setiap temannya.

Teman-temannya ini sudah cukup dengan melihat pada halaman profil Ari, maka sudah bisa mendapatkan berbagai informasi mengenai Ari yang telah diisi oleh dirinya sendiri sebelumnya. Teman-temannnya memiliki akses untuk mengetahui profil atau latar belakangnya tanpa harus berinteraksi atau menanyakan langsung kepada Ari, dan hal itu berlaku bagi semua pengguna Facebook lainnya. Informasi yang sering Ari lihat adalah status teman-temannya ataupun status berpacaran teman-temannya yang memang muncul di News Feed.

Lain hal nya lagi dengan Donie, ia bercerita bahwa dulu selalu melihat kegiatan apa saja yang dilakukan pacarnya karena mereka berpacaran jarak jauh (long distance relationship) dan ketika mereka putus Donie masih sering meihat kabar terbaru dari mantan pacarnya itu. Selain itu ia selalu mencari informasi pada group BEM Fakultas Manajemen Desain dan Komunikasi ataupun pada account Facebook dosen. Hal ini dilakukakan dikarenakan ia seorang ketua kelas dan menurutnya wajib memberitahukan kabar terbaru kepada teman-temannya.

Juma bercita-cita menjadi seorang jurnalis, menulis buku tentang "perjalanan", dan mendapatkan beasiswa di luar negeri. Oleh sebab itu ia berteman dengan penerbit seperti Gagas Media dan selalu mencari informasi di akun tersebut dan tak jarang ia mengomentari kabar terbaru dari Gagas Media tersebut. Hal berbeda diakatakan oleh Riani. Menurutnya, membuka Facebook bisa menjadi hiburan karena bisa melihat status teman-teman SD hingga kuliah dan tak jarang sesudahnya ia bergosip dengan teman lainnya setelah melihat sesuatu di News Feed Facebook.

Gosip menjadi hal yang tidak bisa dihindari lagi oleh informan pada penelitian ini, dan kebutuhan seperti ini tergolong wajar sebagai kebutuhan kognitif dari setiap individu. Joseph A Devito (1997:150) menyatakan bahwa, "Gosip pasti menjadi bagian dari interaksi kita sehari-hari dan mengingatkan orang tidak bergosip tidak akan ada gunanya. Tidak bergosip akan menghilangkan salah satu bentuk komunikasi yang paling sering dan paling menyenangkan." Sensasi menjadi sebuah hal yang patut diprioritaskan dalam sebuah pembicaran, dan selama news feed ini masih terus diisi dengan kabar-kabar terbaru dan memiliki nilai sensasi, mereka semua akan tetap menjadi seorang "Facebook addicts".

Menurut Webster (2006:263), jaman di mana kita hidup sekarang ini adalah jaman yang disebut sebagai era kekayaan informasi, di mana pada masa sekarang ini informasi mengenai apapun dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat melalui berbagai sumber dengan cepat dan aktual. Informasi bisa didapat tanpa mengenal jarak dan waktu lagi dengan bantuan kemajuan teknologi komunikasi. Dengan sekejap atau bahkan secara langsung, seseorang bisa mengetahui suatu kabar terbaru di suatu tempat di belahan bumi lain.

Dari keempat key informan yang menjadi pecandu situs jejaring sosial Facebook ini, informasi menjadi hal terpenting yang mereka cari melalui situs jejaring sosial ini. Informasi yang mereka butuhkan adalah informasi mengenai kabar dari teman-temannya, serta informasi terbaru mengenai berita yang terjadi di dunia ini. Umumnya informasi ini didapat dari saat pertama kali login ke dalam akun Facebook, yaitu pada bagian Home/ News Feed. Informasi yang ada di dalam News Feed dapat mengenai perubahan status terbaru dari teman, foto terbaru dari teman, maupun link berita dunia terbaru.

Informasi yang mereka dapatkan melalui situs ini sifatnya menjadi adiktif, karena setiap menitnya dari situs jejaring sosial Facebook ini bisa mendapatkan informasi-informasi yang aktual. Melalui informasi yang mereka dapatkan ini, kemudian bisa memperkaya pengetahuan mereka dan berguna untuk berbagai hal, termasuk juga untuk berkomunikasi dengan orang lain, misalnya saat membicarakan mengenai topik berita terbaru saat ini.

4.2.2 Online Shopping di situs jejaring sosial Facebook

Menjamurnya bisnis secara online di kalangan anak muda dan juga mahasiswa sudah menjadi suatu hal yang dianggap wajar dan menarik. Jumlah "toko maya" di situs jejaring sosial Facebook yang menjual pakaian, aksesoris, sepatu dan semua kebutuhan hidup anak muda sudah tidak bisa terhitung lagi jumlahnya, dan mereka memiliki daya tarik luar biasa bagi mahasiswa. Mereka bisa menjual barang yang sama bagusnya dengan toko-toko mewah di pusat perbelanjaan kota, namun dengan harga yang lebih murah. Barang yang dijual bisa merupakan barang ber-merk yang asli, barang yang bajakan, hingga barang atau pakaian bekas.

Ari sudah 1 tahun mempunyai toko pakaian online Isadora Closet dan mempromosikan pakaiannya hanya lewat situs jejaring sosial Facebook dengan alasan biaya promosi di situs jejaring tersebut gratis. Selama ini, ia belum pernah merasakan perbuatan tak menyenangkan dari pelanggan ataupun kasus penipuan. Menurutnya hal itu disebabkan karena mayoritas pelanggan adalah kerabat dan teman-temannya. Namun Riani yang sudah lebih dari 3 kali belanja online dari Facebook merasa telah dua kali kecewa. Menurutnya, gambar yang di foto terkadang berbeda dengan barang aslinya. Pengalaman itu membuat ia malas belanja online, belanja online terkadang ia lakukan ketika sudah benar-benar mengenal pemilik toko ataupun jika toko online tersebut memang sudah terkenal dan menjadi langganan teman-temannya. Sedangkan Donie dan Juma pernah belanja online pada situs jejaring sosial Facebook sebanyak satu kali.

Kemampuan Ari mempunyai toko online pakaian melalui situs jejaring sosial Facebook dapat dikategorikan sebagai pemenuhan dari kebutuhan mereka untuk mendapatkan penghargaan diri dari orang lain dari lingkungan pergaulan nyata atau yang sering disebut self esteem dalam hierarki kebutuhan Maslow. Seorang mahasiswa yang sudah mampu mempunyai bisnis toko pakaian online sendiri mempunyai image yang positif bahwa di usia-nya yang masih 21 tahun sudah mampu menghasilkan uang sendiri dan ini akan menambah kepercayaan dirinya saat berinteraksi dengan orang lain di pergaulan sosialnya dan merasa lebih dihargai di mata mereka.

Menurut Martin Basuki Hartono, Direktur Bisnis Teknologi PT Djarum dalam Majalah Marketing Mix Edisi Januari 2012 menyatakan bisnis online di Indonesia sangat menjanjikan. Hal ini didorong oleh pengguna (user) internet yang terus bertambah. Sebab makin banyak orang menggunakan internet maka pasar dunia maya juga makin terbuka lebar. Hal ini bisa dilihat dari munculnya pasar potensial di Facebook, Twitter maupun sosial media lainnya yang dapat diakses dengan mudah dan murah. Daya beli konsumen melalui internet juga meningkat dan consumer internet akan terus berkembang.

4.2.3 Fasilitas dan kemudahan akses internet

Fasilitas dan kemudahan akses internet sangat berpengaruh terhadap intensitas penggunaan situs jejaring sosial Facebook. Riani mengakui bahwa faktor yang menyebabkan ia sangat sering membuka situs jejaring sosial Facebook adalah kemudahan dalam mengakses internet menggunakan modem unlimited yang dibayar seperti pembayaran telepon. Sehingga ketika ia di rumah, Riani akan menghabiskan waktu luangnya untuk mengakses internet. Donie, Arti dan Juma mengakses situs jejaring sosial Facebook di kos-an mereka juga dengan menggunakan modem. Semua key informan memiliki aplikasi Facebook pada smartphone-nya sehingga ketika di luar rumah pun memungkinkan mereka untuk mengakses situs jejaring sosial Facebook.

4.2.4 Image Mantaining pada profil Facebook

Semua key informan berpendapat bahwa citra diri sangat penting dalam kehidupan mereka. Image Mantaining pada Facebook bisa dilihat melalui status, komentar status, semua aktivitas saat menggunakan Facebook yang akan muncul di Home/News Feed maupun profil Facebook. Donie dan Juma mengatakan mereka akan memikirkan dulu mengenai apa yang akan ditulis pada update status, atau ketika ingin mengomentari status Facebook temannya sehingga tidak akan ada yang salah paham. Selain itu Donie mengatakan ia ingin image dirinya di dunia maya selalu terlihat baik.

Informan ketiga yaitu Juma mempunyai karakter cuek yang menampilkan dirinya apa adanya dengan mengacu pada idealis seorang jurnalis yang pintar, berbobot dan komunikan yang baik. Hal itu ia perlihatkan dari penyampaian kata-kata pada statusnya yang selalu terstruktur. Ari dan Riani mengatakan menjaga image di dunia maya memang penting, tetapi mereka tidak terlalu menghiraukannya. Mereka akan meng-update status sesuai dengan apa yang mereka pikirkan dan rasakan saat itu, perasaan senang, sedih ataupun emosi akan mereka tulis apa adanya.

Semua key informan juga menyebutkan bahwa chatting, upload foto, share link video , update status, group dan mengomentari status akan mempengaruhi citra diri setiap pengguna nya di situs jejaring sosial Facebook, baik itu direkayasa ataupun sesuai dengan kehidupan nyata pengguna situs jejaring sosial tersebut.

Hal tersebut berkaitan dengan self esteem sebagai salah satu kebutuhan manusia dalam hierarki kebutuhan Maslow. Self esteem dalam pengertian ringkasnya adalah evaluasi diri keseluruhan mengenai penghargaan yang diberikan kepada dirinya. Kajian self esteem meliputi kepercayaan dan emosi. Menurut artikel dalam Kompas dengan judul "Media Sosial Facebook saingi Twitter" tanggal 13 Agustus 2010 dipaparkan bahwa penggunaan situs jejaring sosial secara umum dapat meningkatkan self esteem dan meningkatkan kemampuan seseorang dalam membangun relasi.

Seluruh komunikasi yang dilakukan melalui situs jejaring sosial Facebook ini mengandung nilai self esteem bagi komunikatornya. Hal ini disebabkan karena semua penyampaian pesan yang dilakukan komunikator, seperti mengubah status, memberikan pesan wall memberikan pesan pada foto, bermain games, akan dipublikasikan dalam berita milik teman-temannya, sehingga akan menimbulkan atensi pada seluruh teman yang mengakses situs jejaring sosial ini.

Perihal lain yang masih termasuk dalam pemenuhan kebutuhan self esteem melalu situs jejaring sosial Facebook adalah melalui foto yang ditampilkan oleh masing-masing orang. Keempat nara sumber peneliti sangat berhati-hati dalam menjaga citra dirinya pada foto-foto di profilnya. Mereka seringkali mengecek apakah foto-foto yang telah di-upload olehnya bisa memberikan persepsi mengenai dirinya sesuai yang diinginkannya. Hal ini dilakukan dalam rangka pemenuhan kebutuhan akan dirinya untuk dihargai oleh orang lain.

Selama berinteraksi dalam situs ini, Donie dan Ari seringkali mengalami beberapa masalah kesalahpahaman, baik itu mengenai kesalahpahaman penerimaan isi pesan, maupun kesalahpahaman penerimaan bentuk emosi yang terkandung di dalam pesan yang dimilkinya. Hal itu seringkali disebabkan oleh penggunaan tanda baca yang tidak tepat atau bahkan kurangnya tanda baca, serta pemilihan kata yang digunakan oleh pengirim pesan, maupun faktor-faktor personal lainnya, seperti karakter dan sifat pengirim dan penerima pesan, atau bahkan permasalahan pribadi yang pernah terjadi di antara pengirim dan penerima pesan. Penanganan kesalahpahaman dalam berinteraksi pada situs jejaring sosial Facebook bisa dilakukan dengan melakukan tindakan pencegahan seperti memikirkan kata-kata yang ingin dituliskan, dan penggunaan tanda bacanya.

Menurut pakar Computer Mediated Communication yaitu Joseph Walther dan Malcolm Parks (dalam Knapp & Daly, 2002:105) terdapat beberapa perspektif dalam berinteraksi di melalui media online, diantaranya perspektif interpersonal. Perspektif ini mengacu pada adanya inovasi metode menyampaikan konten emosi dalam pesan mereka dengan menggunakan emoticon. Ada empat bentuk emoticon yaitu bentuk verbal, deskripsi aktifitas fisik, stress atau penekanan, dan smiles.

Dalam hal penanganan kesalahpahaman, pengirim pesan jangan segan untuk menggunakan simbol-simbol smiley dalam dunia internet, yang menggambarkan emosinya seperti "☺" untuk senyum, "☹" untuk sedih, dan " =D" untuk senang dan bersemangat. Emoticon seperti ini dapat mempertegas emosi yang ingin disampaikan melalui pesan jika penggunaan kata dan tanda baca tidak cukup untuk memperlihatkan maksud pesannya.

Mengenai kesalahpahaman dalam situs jejaring sosial Facebook, Riani mengaku nyaris tidak pernah mengalaminya, ia merasa semua berjalan cukup baik dan apa adanya karena karakter Riani yang memang cuek dan acuh. Hanya saja ia pernah bertengkar dengan pacarnya di dalam situs jejaring sosial Facebook, yaitu dengan saling menyindir melalui komentar wall, tetapi hal tersebut hanya sementara saja karena akhirnya hanya bertujuan untuk bercanda. Hal itu serupa terjadi pada Juma yang memang memilki karakter yang sama dengan Riani yaitu cuek dan kurang peka terhadap perilaku atau interaksi yang ia lakukan, hal itu diungkapkan Juma dalam kalimat berikut,

4.3 Penggunaan Media

4.3.1 Jumlah waktu dalam menggunakan situs jejaring sosial Facebook

Ari mengaku membuka Facebook sudah selayaknya meminum obat yaitu setiap pagi, siang dan malam dan aktivitas yang harus dilakukan setiap harinya. Bila sedang tidak sibuk, ia mengisi waktu luangnya dengan mengakses Facebook dan waktu yang dihabiskannya lebih dari dari 3 jam setiap satu kali akses. Ia mengakui, membuka situs jejaring sosial Facebook menyebabkan dirinya sering lupa waktu dikarenakan ia mempunyai dua akun yaitu dan akun toko pakaian Isadora Closet dan akun pribadi miliknya.

Donie pun mengatakan hal yang serupa, hal yang pertama dilakukan ketika bangun tidur adalah mengecek Facebook dan Twitter lewat smarthphone-nya ataupun mengakses menggunakan speedy. Saat diwawancarai melalui blackberry messenger, Donie mengatakan ia dapat membuka situs jejaring sosial Facebook seharian selama komputer dan akses internetnya menyala, hampir 20 jam sehari. "Entah kenapa setiap bangun tidur aku langsung refleks buka Facebook dan Twitter di HP ataupun di laptop. Aku juga mengakui aku seorang internet addict user, jadi kalau ada skala 1-10 aku pilih 12," ujar Donie sambil tertawa lepas.

Sedangkan Riani mengatakan ia sering menggunakan situs jejaring sosial Facebook pada dini hari, pagi dan malam hari. Menurutnya ia mempunyai kebiasaan sulit tidur sehingga ia

akan bermain games yang ada di situs jejaring sosial Facebook. Bahkan setelah sholat subuh ia melanjutkan bermain games kembali.

Aktivitas Juma yang padat membuat ia menggunakan Facebook tak sesering dulu. Ia membuka situs jejaring sosial Facebook pada malam hari sambil bersantai setelah satu hari beraktivitas di luar rumah atau ketika di tempat magangnya sedang tidak ada pekerjaan.

Keempat key informan akan selalu meluangkan waktu mereka untuk mengakses situs jejaring sosial Facebook dalam situasi dan kondisi apapun. Semuanya menjadikan situs jejaring sosial Facebook ini sebagai media untuk mengisi waktu luangnya, seperti sebelum pergi ke kuliah, di hari libur ataupun saat selesai kuliah. Selain itu, tak jarang mereka mengakses situs jejaring sosial ini di kampus dengan menggunakan akses wifi kampus ataupun melalui handphone-nya. Hal ini membuat mereka selalu terhubung ke dalam account Facebook-nya.

Psikolog Dr. Michael Fenichel dalam tulisannya yang berjudul FAD (Facebook Addiction Disorder) mengatakan ketika seseorang menggunakan situs jejaring sosial Facebook setiap harinya dan menjadikannya sebagai bagian dari kehidupan normal, seperti "Saya bangun di pagi hari lalu mengecek Facebook" maka orang itu telah menjadi seorang Facebook Addicts. (www.fenichel.com)

4.3.2 Penggunaan Fitur Facebook Application

Application adalah salah satu fasilitas yang dimiliki situs jejaring sosial Facebook, yang merupakan sebuah program tambahan yang bisa dipasangkan pada akun seseorang. Jadi, setiap orang di situs tersebut memiliki application -nya masing-masing dan setiap kegiatan atau interaksi yang dilakukan melalui application itu juga dipaparkan dalam news feed milik teman-temannya. Sehingga teman-temannya mengetahui kegiatan yang dilakukan dalam sebuah application yang ada. Kesemua key informan mengakui bahwa appication adalah fitur penting yang membuat situs jejaring sosial Facebook menjadi semakin seru.

Application yang sering dimainkan secara berkala oleh Riani adalah game yang bernama Mall World, yaitu games di bidang fashion dimana seseorang dapat mempunyai sebuah butik/toko yang barang-barangnya merupakan desain asli para desainer ternama dunia, seperti Versace, Mc queen dan lain-lainnya. Riani mengatakan ia sangat kecanduan games ini, melalui games tersebut ia dapat menyalurkan hobi fashion-nya dan memadu padankan busana

Pada awalnya tujuan Riani membuka situs jejaring sosial Facebook adalah berkomunikasi dengan teman-teman lamanya, namun saat ini ia membuka situs jejaring sosial Facebook di laptop hanya untuk bermain games. Ia dapat bermain games ini hingga 5 jam lamanya setiap satu kali mengakses.

Donie juga sering bermain games di dalam situs jejaring sosial Facebok. Ia banyak mencoba berbagai permainan diantaranya arcade game, poker dan CS. Menurutnya salah satu kelebihan situs jejaring Facebook di sisi teknologi adalah dapat memindahkan segala macam game kecil dan besar ke akun seseorang dan bisa dimainkan secara online. Selain itu ia aktif mengikuti group di dalam Facebook, baik itu group kampus ataupun di luar kampus untuk dapat lebih berinteraksi dengan orang baru yang bisa dijadikan channel untuk dirinya ataupun untuk memelihara hubungan lebih dekat dengan teman-temannya melalui group tersebut.

Sedangkan Ari dan Juma mengaku jarang bermain games di dalam Facebook. Ari pernah bermain games poker yang bernama Texas Hold'Em Poxer, tetapi berhenti karena ia tidak terlalu suka bermain games. Juma juga pernah bermain the sims. Fitur situs jejaring sosial Facebook yang diandalkan Ari adalah fitur chatting dan share/upload foto dan video serta aplikasi zodiak.

4.3.3 Hubungan antara individu dengan media yang dikonsumsi

Keempat informan mengatakan bahwa mereka membuka situs jejaring sosial Facebook karena hobi dan aktivitas mereka dapat tersalurkan di dalam dunia maya yang dapat dilihat oleh teman-temannya. Hobi Ari dalam menyanyi membuat ia rutin sharing video pribadinya saat dalam pentas ataupun sengaja menyanyi agar bisa dilihat dan dikomentari oleh teman-temannya. Satu hari saja tidak membuka situs jejaring sosial Facebook, ia akan sangat rindu pada akun-nya itu. Lalu ada perasaan khawatir adanya pembeli yang complain karena message, atau wall nya tidak pernah dibalas. Sehingga untuk meminimalisasi hal itu, sesibuk apapun ia harus membuka situs jejaring sosial ini setidaknya satu kali dalam sehari. Riani juga mengakui ia telah mempunyai keterikatan emosional dengan games Mall World-nya, ia akan merasa kesal jika internet di rumahnnya sedang mengalami gangguan dan reaksi kekesalannya akan ia ungkapkan melalu status Facebook ataupun Twitter- nya.

Juma mengatakan bahwa ia sangat membutuhkan situs jejaring sosial ini setiap harinya karena setiap malam ia rutin chatting dengan temannya yang ada di United Kingdom. Ia pernah mengusulkan temannya untuk berpindah ke media sosial lainnya namun temannya merasa nyaman dengan situs jejaring sosial Facebook dan tak ingin berpindah ke media lainnya. Donie menggunakan media Facebook karena media ini memiliki keunggulan, seperti misalnya digunakan untuk berjualan atau membeli sebuah produk pakaian dimana situs ini lebih unggul dibandingkan situs jejaring sosial lainnya-Multiply, Friendster, Myspace, Twitter- karena situs ini memiliki ciri khas yaitu fitur tag yang bisa ' menempelkan' foto koleksi jualannya dala profil milik orang lain, dan orang tersebut akan mengetahui hal itu melalui news update yang ada.

Donie kemudian menjelaskan bahwa fasilitas tag seperti ini tidak bisa dijumpai pada friendster dan myspace. Pada situs jejaring sosial lainnya yaitu multiply, fitur foto tag telah dimiki , namun menurut Donie fitur tersebut tidak terlalu berguna karena penggunaannya yang tidak terlalu spesifik mengenai target yang akan di-tag. Bila dalam Facebook sebuah foto di-tag kepada seseorang, maka orang tersebut bisa mengetahui bahwa dirinya telah mendapatkan foto tersebut, begitu juga dengan teman-temannya yang akan mengetahui hal tersebut dari news feed mereka. Jadi pengguna Facebook bisa mendapatkan banyak informasi terbaru mengenai teman-temannya (misalkan teman yang di-tag ke dalam sebuah foto tadi) hanya dengan melihat homepage saja, termasuk juga bila seorang penjual berniat menawarkan barang dagangannya kepada orang lain. Selain itu, situs jejaring sosial Facebook dapat menghemat biaya bagi pasangan yang akan menikah, yaitu dengan menyebar undangan secara online. Lagi-lagi yang berperan disini adalah fitur tag yang hanya dimiliki situs jejaring sosial ini.

Need to belong menurut Abraham Maslow merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam aspek psikologi sosial, yaitu merupakan sebuah dorongan motivasi untuk membangun relasi dengan orang lain di sekitarnya dan kebutuhan untuk diterima dalam sebuah kategori lingkungan sosial. Kebutuhan untuk diterima di komunitas sosial ini oleh Abraham Maslow dimasukan ke dalam kebutuhan dasar manusia setelah kebutuhan fisiologis dan kebutuhan keamanannya telah terpenuhi. Jadi kebutuhan untuk berada dalam suatu jaringan sosial ada di hierarki bagian tengah tingkat kebutuhan manusia menurut Maslow.

Kebutuhan seperti ini bukanlah dikategorikan sebagai kebutuhan bagi orang-orang tertentu yang memiliki keadaan jiwa yang kurang sehat, melainkan justru sebagai kebutuhan sangat wajar yang memang hanya dipenuhi sebagai manusia pada umumnya. Sudah menjadi hal yang sepantasnya dibutuhkan oleh manusia yang adalah makhluk sosial untuk bisa merasa diterima pada suatu kelompok sosialnya.

Bagi pencandu situs jejaring sosial sisal seperti Riani, Donie, Ari dan Juma, penulis melihat bahwa kebutuhan mereka akan penerimaan di sebuah kelompok sosial tergolong besar. Donie misalnya, sebagian besar waktu yang dia habiskan untuk situs ini adalah dengan melihat atau mengakses dan melakukan interaksi dengan group-group yang ia sudah ikuti sehingga ia

memberanikan diri mengikuti pemilihan menteri di BEM IM Telkom. Sejauh ini Donie telah bergabung dalam 10 group lebih, dan ia akif beriteraksi pada 5 group di antaranya.

Peneliti melihat bahwa bergabungnya Donie dengan kelompok teman-temannya di Facebook ini sebagai sebuah alat yang bisa menjaga dan bahkan menambah kedekatannya dengan teman-temannya, di mana mungkin pada kehidupan sosial di dunia nyatanya, memiliki kebutuhan mereka jarang sekali memiliki kesempatan berkumpul dengan teman-temannya dalam jumlah banyak. Oleh karena itu, Facebook bisa ia gunakan untuk menyampaikan dan menerima pesan dari dan kepada seluruh teman-teman pada kelompok tersebut.

Juma memiliki kebutuhan akan penerimaan pada komunitas teman yang berbeda-beda, tanpa memiliki target khusus pada kelompok teman yang mana ia ingin merasa diterima. Juma akan merasa senang berada di group yang memang ia minati seperti group advertising ataupun jurnalis tetapi nyaman juga dengan kelompok teman lainnya. Sedangkan Ari memiliki kecenderungan untuk terlihat dekat pada berbagai kelompok teman-temannya. Di saat yang sama saat ia sedang mengakses situs jejaring sosial Facebook, ia berinteraksi kepada beberapa lingkaran pertemenan yang berbeda-beda. Misalnya memberikan pesan melalui wall kepada teman-teman kuliah sejurusannya di MBTI, sambil memberikan komentar terhadap foto-fotonya bersama teman-temannya dari lingkaran pergaulan IM Radio ataupun memberikan komentar pada teman-teman SMA. Hal ini mungkin didukung oleh karakteristik Ari daam bersosialisasi dengan teman-temannya yang lebih bersifat fleksibel, luwes tanpa ikatan pada suatu kelompok tertentu. Bagi keempat key informan ini, situs jejaring sosial Facebook memiliki peranan penting dalam memelihara hubungan mereka dengan teman-temannya, terutama dengan teman yang lokasi atau keberadaannya jauh dengan mereka.

Pada umumnya status seseorang pada Facebook-nya mempunyai nilai informasi yang besar akan keadaan dirinya sendiri, karena seringkali status berisi tentang kegiatan yang baru saja dilakukan atau suatu hal yang baru saja terpikirkan oleh dirinya. Melalui status, orang lain bisa memberikan komentar mengenai status tersebut, dan pada akhirnya tindakan tersebut bisa menunjukan bahwa temannya ini memiliki perhatian lebih terhadap dirinya.

Ari merasa, hubungan baik dengan teman-temannya juga terpelihara karena adanya fitur dalam situs jejaring sosial Facebook berupa kalender pengingat tanggal ulang tahun. Bukti nyatanya ketika ia berulang tahun pada tanggal 2 Januari 2012 kemarin, ia mendapat banyak sekali ucapan selamat ulang tahun dari teman-temannya dan ia mengomentari wall dari temannya dengan mengucapkan terima kasih. Kemudian hubungan mereka akan tumbuh dan terpelihara dengan adanya perhatian lebih dari teman-temannya melalui ucapan selamat ulang tahun.

Foto yang dimasukkan ke dalam profil di situs jejaring sosial juga dapat memelihara hubungan di antara teman-teman yang ada di dalam foto tersebut. Biasanya setelah foto mereka muncul di Facebook, mereka akan saling berbalas-balasan menuliskan komentar pada foto-foto tersebut. Berbagai interaksi dapat terjadi melalui foto comment. Dalam komentar di foto-foto tersebut, seringkali terdapat pujian seseoarang ataupun komentar dari dirinya sendiri terhadap orang lain, lalu dibalas oleh komentar dari orang lain, atau bahkan hinaan terhadap orang lain yang sifatnya untuk tujuan bercanda saja.

Seiring dengan tingginya frekuensi serta durasi mereka dalam mengakses situs jejaring sosial Facebook ini, maka mereka memiliki kesempatan lebih besar untuk terus memelihara hubungan baik dengan teman-temannya, karena mereka selalu mendapatkan informasi baru melalui situs jejaring sosial tersebut.

Aplikasi lain yang sering keempat key informan gunakan adalah aplikasi games online di dalam situs jejaring sosial Facebook. Permainan komputer atau video games tidak pernah memiliki batas umur dan tidak pernah terbatas pada masa kanak-kanak saja, karena teknologi permainan di masa sekarang ini semakin berkembang dan semakin realistik, baik secara visual maupun

topik yang diangkat, sehingga orang dewasa pun menyukai permainan video games.

Ada banyak anggapan bahwa bermain games membuat sesorang semakin jarang bergaul dengan lingkungannya, hanya digemari oleh orang yang introvert, bagi orang yang minder dalam pergaulan, dan lain sebagaianya. Namun, melalui games yang ada pada situs jejaring sosial Facebook ini, peneliti menentukan bahwa banyak interaksi yang terjadi atau lahir karena para pengguna Facebook ini sama-sama bermain games pada situs tersebut, dari situ mereka dapat bertukar informasi dan mengajak teman-temannya bermain games yang sama.

Permainan-permainan yang ada di situs jejaring sosial Facebook membuat Riani, Donie, Ari mengakui bahwa pengetahuannya bertambah dengan memainkan games yang ada di situs jejaring sosial ini. Hal ini sangat mungkin terjadi karena games pada situs jejaring sosial Facebook memiliki banyak tema dan di setiap tema pasti memliki istilah-istilah khusus dalam bahasa Inggris yang dapat memperkaya perbendaharaan kata dalam bahasa Inggris mereka. Seperti misalnya pada permainan poker, Ari yang tadinya hampir tidak pernah memainkan permainan kartu pada kehidupan nyatanya menjadi mengerti dan mengetahui istilah di dalam poker pada permainan yang bernama Texas HoldEm Poker. Pada akhirnya semua itu memperkaya pengetahuannya dan juga perbincangan di antara teman-temann mengenai games-games di Facebook yang dapat lebih menambah pengetahuan dan membuat keempat informan mendapat kepuasan dan ingin terus menerus mengakses situs jejaring sosial Facebook.

4.4 Efek penggunaan situs jejaring sosial Facebook

Sejauh ini, Donie, Ari, Riani dan Juma mengaku puas antara harapan yang ingin dicapai saat menggunakan Facebook dan kepuasan nyata seteah menggunakan situs ini selama beberapa tahun. Donie mengatakan bahwa situs jejaring sosial Facebook mempunyai 2 sisi seperti koin, terdapat sisi positif dan negatifnya. Sisi positifnya telah ia rasakan sejauh ini karena dengan situs jejaring sosial Facebook, ia dapat berinteraksi dengan sahabat-sahabatnya di Cilacap yang merupakan asal kotanya. Ia pun dapat menyalurkan hobi nya yang memang gemar bermain komputer karena situs jejaring sosial ini menyajikan berbagai macam aplikasi. Tetapi sisi buruknya adalah banyak terjadi cyber crime, penculikan dan penipuan lewat situs jejaring sosial ini.

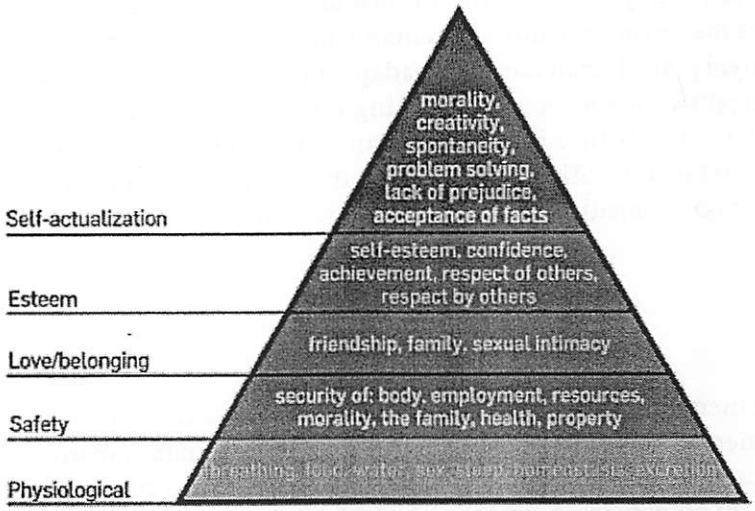
Oleh karena itu pandangannya mengenai Facebook saat ini adalah menggunakan situs jejaring sosial ini secara bijak, minimkan informasi pribadi dan jangan terlalu frontal. Ia pun mengatakan belum tahu sampai kapan akan terus mengakses situs jejaring sosial Facebook, karena hingga sekarang ia sangat nyaman dan sudah dijadikan rutinitas sehari-hari.

Ari menjadikan situs jejaring sosial Facebook ini sebagai salah satu cara menambah uang saku selama kuliahnya. Menurutnya, mempunyai toko online pakaian di dalam Facebook sangat bermanfaat sekali dan ia akan terus menggunakan media ini dalam berpromosi. Riani mengatakan ia akan terus membuka situs jejaring sosial Facebook karena ia dapat bermain games kesukaannya, walaupun ia mengaku situs jejaring sosial ini membuat ia sering malas belajar dan lupa waktu. Bahkan ia mengalami penundaan pengumpulan laporan magang selama 1 bulan karena terlalu sering bermain games Mall World. Hal itu tidak akan mempengaruhi Riani, dia hanya akan mengatur waktunya lebih baik lagi.

Sedangkan Juma mengatakan ia dapat terhubungkan dengan sahabat-sahabatnya selain yang berada di Indonesia, juga di macanegara. Ia dapat aktif bersosialiasi dengan komunitas-komunitas yang diminati: advertising, broadcasting, dan sebagainya. Bahkan, terkadang ia bisa mengikuti perkembangan seputar kampus melalui group yang ada di Facebook. Situs jejaring sosial Facebook membuat dirinya dapat menyalurkan apa yang ia minati tanpa perlu biaya dan tenaga lebih. Hanya tinggal membuka akses internet lalu login ke dalam akunnya itu

Self Actualization adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang dijabarkan oleh Abraham Maslow pada teori hierarki kebutuhan manusia. Kebutuhan akan aktualisasi diri merupakan kebutuhan pada tingkat tertinggi dari kebutuhan manusia. Aktualisasi diri merupakan hasrat untuk memenuhi dirinya dengan hal apapun yang sekiranya membuat ia meraih apa yang bisa dia miliki dalam potensi dirinya. Kebutuhan aktualisasi diri ini bisa tercapai bila ranah-ranah kebutuhan manusia dibawahnya telah terpenuhi.

Aktualisasi diri merupakan hasrat untuk memenuhi dirinya dengan hal apapun yang sekiranya membuat dia meraih apa yang bisa dia miliki dalam potensi dirinya. Kebutuhan akan aktualisasi ini dapat tercapai jika ranah kebutuhan-kebutuhan dibawahnya telah terpenuhi.



Gambar 2. Hierarki Kebutuhan Manusia Menurut Maslow (Rakhmat, 2007:44)

Menurut Maslow, manusia yang memenuhi kebutuhan akan atualisasi diri memiliki karakteristik diantaranya

(a) Menerima dan Realistis, mereka memiliki persepsi yang realistis mengenai dirinya sendiri, mengenai orang lain dan mengenai dunia ini.

(b) *Problem-Centering*, mereka berfokus pada penyelesaian masalah diluar dirinya sendiri, termasuk menolong orang lain dan menolong dunia di sekitarnya. Mereka termotivasi untuk melakukan hal-hal dari sudut etika dan tanggung jawab pribadi.

(c) Spontanitas, mereka memiliki rasa spontanitas dalam benak merka dan dalam tindakan mereka. Sementara mereka bisa diterima di khalayak, mereka juga bersifat terbuka terhadap orang lain dan luwes.

(d) *Autonomy and Solitude*, mereka membutuhkan kebebasan dan privatisasi dalam hidupnya. Sementara ia menikmati kehadiran teman-temannya, ia juga memerlukan waktu khusus untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya tanpa gangguan dari orang lain.

(e) *Continued Freshness and Appreciation*, mereka melihat dunia dengan pandangan yang takjub, kagum, dan terpesona. Bahkan pengalaman yang sederhana selalu dapat menjadi kegembiraan dan inspirasinya.

(f) Puncak pengalaman, seseorang yang teraktualisasikan dirinya akan merasakan momen-momen yang penuh kebahagiaan. Setelah mengalaminya, ia akan merasa telah terinspirasi bertransformasi, diperbarui, atau dikuatkan.

Berdasarkan apa yang dipaparkan Abraham Maslow di atas, aktualisasi diri adalah salah satu komponen kebutuhan manusia, dan hal ini adalah salah satu hal yang dibutuhkan oleh Ari yang dapat dipenuhinya dengan mengakses situs jejaring sosial Facebook. Melalui Facebook, ia jadi belajar lebih menerima keadaan atau sifat buruk dari teman-temannya di situs tersebut. Walaupun temannya berbuat atau berkata sesuatu yang membuat Ari tidak suka dengan temannya tersebut, namun ia sadar bahwa temannya ini adalah teman dekatnya dan akan berakhir pada penerimaan yang tulus mengenai temannya secara apa adanya dan bukan membuat ia menjauhi temannya tersebut. Melalui Facebook ini, ia belajar untuk semakin menerima keadaan atau sifat teman-temannya.

Aktualisasi diri yang diungkapkan melalui kebutuhan akan privatisasi terlihat pada diri Juma. Akun Facebook milik Juma yang sekarang ini adalah akun yang kedua, di mana akun yang sekarang tidak akan menerima permintaan teman yang tak dikenal, karena ia membutuhkan privasi dan mempunyai pengalaman buruk terhadap teman yang tidak kenal di dalam Facebook yang terus mengganggunya lewat message, chatting foto comment ataupun wall. Pengalaman buruk yang pernah ia dapatkan adalah perkataan yang merendahkan bahwa ia tak akan pernah menjadi seorang penulis. Akhirnya ia membuka akun baru dan membatasi permintaan pertemanan agar ia bisa menjadi Juma yang seutuhnya tanpa perlu diintimidasi oleh orang yang tak dikenal.

5 Simpulan

Semua key informan menyatakan bahwa situs jejaring sosial Facebook menjadi sumber mengenai informasi terbaru mereka dan informasi terbaru mengenai teman-temannya. Fasilitas dan kemudahan akses internet sangat berpengaruh terhadap intensitas penggunaan situs jejaring sosial Facebook. Hal ini membuat informan selalu meluangkan waktu mereka untuk mengakses situs jejaring sosial Facebook dalam situasi dan kondisi apapun. Semuanya menjadikan situs jejaring sosial Facebook ini sebagai media untuk mengisi waktu luangnya, seperti sebelum pergi ke kuliah, di hari libur ataupun saat selesai kuliah. Selain itu, tak jarang mereka mengakses situs jejaring sosial ini di kampus dengan menggunakan akses wifi kampus ataupun melalui smartphone-nya. Hal ini membuat mereka selalu terhubung ke dalam account Facebook-nya.

Mereka juga berpendapat bahwa citra diri sangat penting dalam kehidupan mereka. Image mantaining pada Facebook bisa dilihat melalui status, komentar status, semua aktivitas saat menggunakan Facebook yang akan muncul di Home/News Feed maupun profil Facebook. Selain itu mereka juga menyebutkan bahwa chatting, upload foto, share link video , update status, group dan mengomentari status akan mempengaruhi citra diri setiap penggunanya di situs jejaring sosial Facebook, baik itu direkayasa ataupun sesuai dengan kehidupan nyata pengguna situs jejaring sosial tersebut.

Teori Uses and Gratifications mencakup seluruh aspek pada penelitian ini, dimulai dari variabel anteseden sebagai variabel individu dan variabel lingkungan yang ternyata mempengaruhi motif informan, serta menjadikan intensitas penggunaan yang berbeda pada tiap informan dan berakhir pada efek kecanduan yang bermacam macam. Keempat key informan memiliki motif yang berbeda berdasarkan latar belakang individu dan lingkungan masing-masing informan.

Kepuasaan yang dirasakan (gratification obtained) saat menggunakan situs jejaring sosial Facebook sesuai dengan kepuasan yang mereka harapkan (gratification sought) sebelumnya, seperti dapat membangun hubungan dan relasi, meningkatkan kepercayaan diri, meningkatkan aktualisasi diri, bahkan menjadikan situs jejaring sosial sebagai media bisnis. Pengalaman dan kepercayaan positif yang didapatkan kesemua informan membuat mereka akan terus menggunakan situs jejaring sosial Facebook hingga waktu yang mereka sendiri tak bisa tentukan.

Referensi

Bungin, Burhan. (2006). Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Prenada Media.

Cresswell, John. (1998). Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Traditions. London: SAGE Publications.

Daymon, Christine & Holloway, Immy. (2008). Metode-metode Riset kualitatif dalam Public Relations dan Marketing communications (1st). Bandung: PT. Bentang Pustaka.

DeVito, A. Joseph. (1997). Human Communications (5rd ed.). Jakarta: Professional Books.

Dik, J. A. (2006). The Network Society: Social Aspects of New Media (Second ed.). London, England: SAGE Publication.

Fernandez, Peter. (2009). Balancing outreach and privacy in Facebook : Five Guiding Decision Point. USA: Emerald Group.

Lister, Martin. (2009). New Media : Acritical Introduction. Kanada: Routledge.

Merrill, Nicolle. (2010). Social Media for social research: Applications for Higher Education Comunication. USA: Emerald Group.

Mulyana, Deddy. (2004). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Rosdakarya.

Mcluhan, Marshall. (1994). Understanding Media: The Extensions of Man. London: The MIT Press.

Kirkpatrick, David. (2010). The Facebook Effect. UK : Random House.

Knapp, L. Mark & Daly, A. John. (2002). Handbook of Interpersonal Communication (3rd ed.). London: Sage Publication.

Kriyantono, Rachmat. (2006). Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.

McLuhan, Marshall. (1994). Understanding Media: The Extensions of man. London: The MIT Press.

Mirabito, M.A.M & Morgenstern, B.L. (2004). New Communication Technology: Applications, Policy, and Impact, Fifth Edition. UK. Local Press.

Paradise, Angela. (2010). Experiences and Attitude Regarding their photo-related Behaviours on Facebook. USA: Emerald Group.

Rakhmat, Jalaluddin. (2001). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. (2007). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Raskin, Robin. (2006). Facebook its Future. USA: Emerald Group.

Veer, Ekant. (2011). Staring: How Facebook Facilitates the Breaking of Social Norms. USA : Emerald Group.

Wankel, Charles. (2009). New Dimensions of Communicating with students in New Social Media. USA: Emerald Group.

Webster, Frank. (2008). Theories of The Information Society (3rd ed.). London: Routledge & Kegan.

Yin, Robert K. (2011). STUDI KASUS: Desain dan Metode. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Sumber Lain:

Gunawan, Rini. I. (2012). Analisis Gratification Sougth & Gratification Obtained Pada Situs Jejaring Sosial Facebook (Studi Kasus Terhadap Pecandu Situs Jejaring Sosial Facebook). Skripsi. Prodi Ilmu Komunikasi Institut Manajemen Telkom. Bandung.

Lin, C.A. (1996). Journal of Broadcasting & Electronic Media. London.

Pramiyanti, Alila. (2011). Facebook : from social networking to social dysfunction. Dipresentasikan pada International Conference on Languange and Communication 2011, Malaysia.

Kompas, 13 Agustus 2010

Majalah Marketing Mix edisi Januari 2012.

www.checkfacebook.com, diakses pada 24 November 2012 pukul 07.30.

www.emeraldinsight.com, diakses pada 20 November 2011, pukul 13.00.

http://nasional.kompas.com/read/2009/02/16/10531962/10.tanda.kecanduan.facebook, diakses pada 16 September pukul 10.55.