

**KONSTRUKSI CITRA DIRI MELALUI *UPDATE STATUS* DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK***Neneng C. Marlina<sup>1</sup>, Rizki Husen<sup>2</sup><sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut  
email: nenengmarlina@gmail.com<sup>1</sup>, rizkihusen@gmail.com<sup>2</sup>**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena media sosial *facebook* yang menyita perhatian masyarakat Indonesia, khususnya remaja. Dalam *facebook* terdapat fitur *Update Status*, dengan *Update Status* ini pengguna dapat saling berbagi informasi, berbagi kesan ataupun apa yang sedang dipikirkannya melalui *update status* dalam bentuk tulisan, *photo* maupun dalam bentuk *direct link*. Pengguna *facebook* di Indonesia, khususnya di Garut memiliki perilaku yang unik, yaitu berbagi dan berbelanja. Banyak pengguna yang sengaja menuliskan kata-kata mutiara, ayat ayat suci al-qur'an, kisah-kisah ketauladanan, fenomena atau permasalahan yang ramai di bicarakan masyarakat, bahkan menuliskan tentang berbagai macam ilmu pengetahuan. Dari *update* tersebut pemilik akun terkesan memiliki citra tersendiri. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi citra diri melalui *update status* pada pengguna *facebook* dan untuk menggambarkan makna *update status* bagi pengguna *facebook*, konstruksi citra diri pengguna *facebook* melalui *update status* yang di tulisnya, konstruksi citra diri dalam *update status facebookers*, konstruksi realitas pengguna *facebook* di Garut.

**Kata kunci:** Konstruksi; Citra Diri; *Update Status*; Media Sosial; *Facebook*; Konstruksi Realitas

**Abstract**

*This research based on social media phenomenon facebook that seized the attention of the public, especially teenagers. In a facebook there is Status Update feature, with this feature users can share information, share impression or what was you thinking through status updates in the form of text, photo or in the direct links. Facebook users in Indonesia, especially in Garut have unique behaviors, that is sharing and buying. Many users inadvertently wrote down the quotes, words of Scripture verses the qur'an, tales lead by example, phenomenon or problem in talking about society, even write about a wide variety of science. based on the update, the account owner was impressed to have its own self image. the purpose of this research is to know the construction of self-image through a status Update on Facebook users and to describe the meaning of status updates for facebook users, self-image Construction of facebook users through his status update, the self-image construction in a status update facebookers, the construction of reality of facebook users in Garut*

**Keyword:** *Construction; Self-image; Status Updates; Social Media; Facebook; Construction Of Reality*

## I. Pendahuluan

*Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dimiliki dan dioperasikan oleh *Facebook, Inc.* Pada September 2012, *Facebook* memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. *Facebook* memiliki berbagai fitur-fitur yang ditujukan untuk pengguna dengan maksud agar pengguna tidak merasa bosan pada saat menggunakan *Facebook*. Dari semua fitur yang disediakan, fitur yang paling banyak digunakan adalah *Update Status*. Dalam *Update Status* pengguna dapat saling berbagi informasi, maupun berbagi kesan dan apa yang sedang dipikirkannya melalui *update status* dalam bentuk tulisan disertai *photo* maupun *direct link*. Menurut Daud Aditirto (Growth Manager Facebook Indonesia), pengguna media sosial di Indonesia memiliki perilaku yang unik. Dirinya menemukan, dalam *platform Facebook* pengguna Indonesia senang melakukan dua hal di dalamnya yaitu berbagi dan berbelanja

*Update status* dapat menunjukkan eksistensi kepada pengguna lain, dan memungkinkan seseorang menyusun pesan personal dan menyebarkannya secara massal dalam waktu yang cepat serta menjangkau khalayak yang sangat luas dan tak terbatas seberapa banyak. Banyak pengguna yang sengaja menuliskan kata-kata mutiara, ayat ayat suci al-qur'an, kisah-kisah ketauladanan, fenomena atau permasalahan yang ramai di bicarakan masyarakat, bahkan menuliskan tentang berbagai macam ilmu pengetahuan. Dari *update* tersebut pemilik akun terkesan memiliki citra tersendiri, misalnya seperti orang yang bijak, berilmu dan memiliki banyak pengalaman. Citra terbentuk karena banyaknya *update* yang dibuat oleh pengguna. Bill Canton mendefinisikan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan

sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi (S.Soemirat & Adrianto. E 2007:111). Menurut Huddleston "*Image is a set beliefs the personal associate with an Image as acquired trough experience*". Artinya: citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman (dalam Buchari Alma, 2008:55). Kotler (2000 ; 599) menyatakan bahwa : "*Image is the set beliefs, ideas, and impressions that a person hold of on object* " artinya citra adalah himpunan keyakinan, ide, dan kesan orang yang pada objek. Dari definisi-definisi di atas dapat diambil pengertian umum dari citra yaitu: Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang.

Media massa masih diyakini memiliki kekuatan besar dalam pembentukan Citra. Seseorang bisa mencitrakan dirinya melalui media massa. Dengan media massa, seseorang atau kelompok tertentu dapat menanamkan pesan tertentu melalui informasi-informasi yang disajikannya. Media massa sendiri memiliki berbagai peran, salah satunya ialah dalam mempengaruhi sikap dan perilaku. Media massa juga dapat mengarahkan khalayak (individu-individu) dalam mempertahankan citra yang sudah dimilikinya.

Berdasarkan pemaparan di atas penulis merasa perlu untuk menelaah lebih dalam, dan aktifitas *update status* inilah yang menjadi daya tarik untuk diteliti lebih dalam. Melihat begitu luasnya jangkauan media sosial, fenomena konstruksi citra diri melalui *update status* inilah yang menjadi daya tarik utama untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini akan mengungkap bagaimana konstruksi citra diri melalui *update status* di media sosial *facebook*.

## II. Kerangka Konseptual

### a. Media Sosial

*Social media* atau dalam bahasa Indonesia disebut media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak *audiens*, banyak *audiens* ke banyak *audiens* (Paramitha, 2011:42).

Definisi media sosial diperluas dikatakan bahwa media Sosial adalah demokratisasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten ke penerbit konten. Hal ini merupakan pergeseran dari mekanisme siaran ke model banyak ke banyak, berakar pada percakapan antara penulis, orang, dan teman sebaya. berdasarkan definisi tersebut diketahui unsur-unsur fundamental dari media sosial yaitu pertama, media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan online menjadi saluran utama. Kedua, media sosial berubah dari waktu ke waktu, artinya media sosial terus berkembang. Ketiga, media sosial adalah partisipatif. “penonton” dianggap kreatif sehingga dapat memberikan komentar (dalam Evans, 2008: 34).

### **b. Facebook**

*Facebook* adalah situs *website* jejaring sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang lulusan Harvard dan mantan murid *Ardsley High School*. Menurut Mardiana Wati dan A.R. Rizky (2009: 1-3) *Facebook* merupakan jejaring sosial (*social network*) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi. *Facebook* memiliki berbagai fitur-fitur yang ditujukan untuk pengguna dengan maksud agar pengguna tidak merasa bosan pada saat menggunakan *Facebook*. Para pengguna *Facebook* dapat dimanjakan dengan adanya fitur-fitur ini. Fitur yang paling banyak digunakan adalah *Update Status*. “*Update status is the box that appears at the top of each individual user profile, where people*

*answer the question —What’s on your mind?”* artinya *Update Status* adalah kotak yang muncul di bagian atas setiap Profil pengguna, dimana setiap orang harus menjawab sebuah pertanyaan yaitu “apa yang ada di pikiran Anda?” (Alice 2010:142). *Update Status* biasa digunakan untuk menuangkan ide atau tulisan apapun, selain itu update status juga dapat mencantumkan *link* menuju ke sebuah *website* dan dapat mengunggah foto. Kelebihan *update status* pada *facebook* adalah tulisan yang di update dengan batas jumlah karakter yang sangat banyak. Yaitu 63.206 karakter. Jelas sangat berbeda jauh dengan media sosial yang lain seperti *twitter* yang hanya 140 karakter ataupun media sosial lainnya.

### **c. Citra Diri**

Menurut Ardianto (2013:62) citra adalah *Image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; aconsciously created impression of an object, person or organization* (citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi).

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah (1) kata benda, gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi (dalam ardianto 2013:62).

menurut Siswanto Sutojo, dalam bukunya *Membangun Citra Perusahaan*, citra sebagai pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perseorangan, benda atau organisasi (ardiyanto 2013:63). Citra sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri. Persepsi seseorang terhadap orang lain didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang orang yang bersangkutan. Berikut adalah jenis-jenis citra menurut Ardianto (2013:63): Citra Bayangan (*mirror*

*image*), Citra yang berlaku (*current image*), Citra yang diharapkan (*Wish image*), Citra perusahaan atau citra lembaga (*corporate image*), Citra majemuk (*multiple image*)

#### **d. Teori New Media**

Flew (2005:10) mendefinisikan *new media* atau media baru sebagai “*as those forms that combine three Cs: computing and information technology (IT); communication network; digitized media and information content*” artinya sebagai bentuk-bentuk yang menggabungkan tiga elemen: komputer dan teknologi informasi (IT); jaringan komunikasi; konten digital media dan informasi. Sedangkan Littlejohn (2008:684) menyebutnya sebagai *the second media* yaitu : “*a new period in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society*”. (sebuah periode baru dimana teknologi interaktif dan jaringan komunikasi terutama internet, akan mengubah masyarakat)

Persamaan definitif tentang konsep media baru memperlihatkan bahwa kekuatan dalam suatu media baru itu adalah penguasaan teknologi terutama internet yang dapat membawa perubahan dalam masyarakat. Keberadaan media baru tidak bisa dilepaskan dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang beberapa puluh tahun yang lalu, namun masih menjadi perbincangan publik hingga sekarang. Publik tidak hanya membicarakan “kekuatan” internet, tetapi juga dampak negatif yang menyertainya (Junaedi dkk, 2011:7).

Rogers (dalam Junaedi, 2011:8) menguraikan tiga ciri utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru atau media baru, yaitu: *Interactivity, Demassification, Asynchronous*.

#### **e. Teori Konstruksi Realitas sosial**

Berger dan Luckman memandang realitas sosial terbentuk sebagai proses tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi yaitu usaha

pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik yang ditandai oleh hubungan antar manusia dengan lingkungan dan dengan dirinya sendiri. Melalui eksternalisasi manusia menemukan dirinya dengan cara membangun dan membentuk dunia sekelilingnya.

Objektivasi adalah suatu proses dimana obyek yang memiliki makna umum sebelum seseorang individu lahir di dunia. Hasil objektivasi ini kemudian dikenal dengan nama pengetahuan. Sebagian dari pengetahuan ini di anggap sesuai dengan realitas yang ada, sebagian lagi hanya di anggap sesuai dengan realitas tertentu saja. Melalui objektivasi, masyarakat menjadi sebuah realitas yang alami dan diterima apa adanya. Objektivasi merupakan hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia.

Sedangkan proses internalisasi adalah proses dimana individu terlahir tidak langsung menjadi anggota masyarakat. Hanya saja ia dilahirkan dengan kecenderungan ke arah kemasyarakatan. Proses awal keterlibatan individu untuk menjadi anggota masyarakat disebut internalisasi, artinya pengertian atau interpretasi dari peristiwa objektivasi sebagai pengekspresian makna, yaitu sebagai kesatuan dari proses-proses subjektif dalam diri individu. Melalui internalisasi itulah manusia menjadi produk masyarakat. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan di tangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasi dari masyarakat.(Bungin 2001: 15)

Berger dan luckman menganggap proses dimana orang menciptakan realitas kehidupan sehari-hari sebagai konstruksi realitas simbolik. Menurut mereka, dunia

sosial adalah produk manusia, dan bukan sesuatu yang *given*. Dunia sosial dibangun melalui tipifikasi-tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang dialami secara rutin oleh individu dan di alami bersama dengan orang lain dalam pola yang *taken for granted*. Dan generasi yang lebih muda akan mempelajari realitas ini melalui proses sosialisasi, seperti mereka mempelajari hal-hal lain yang membangun dunia, yang mereka temui sehari-hari (Noviani, 2005:52)

### III. Metode Penelitian

Guna mencapai tujuan penelitian, maka metode penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif. Penelitian deskriptif memaparkan situasi atau peristiwa (Teori konstruksi realitas social media). Peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan, serta tidak menguji hipotesis (Rakhmat, 2008 : 24). Penelitian deskriptif yaitu mengumpulkan data berdasarkan faktor- faktor yang menjadi pendukung terhadap objek penelitian, kemudian menganalisa faktor- faktor tersebut untuk dicari peranannya (Arikunto, 2010: 151).

Metode deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya (Sukardi 2009:157). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah pertama sampai ketiga. Data penelitian dikumpulkan, dianalisis dan diproses lebih lanjut sesuai dengan teori-teori yang telah dipelajari, jadi dari data tersebut akan ditarik kesimpulan.

### IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian di lapangan, peneliti memperoleh gambaran mengenai konstruksi citra diri melalui

*update status* di media sosial *facebook* di Garut. Peneliti menemukan beberapa hal menarik mengenai konstruksi citra diri melalui *update status*, dan akan peneliti paparkan dengan jelas.

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa kendala terutama dalam hal wawancara dengan informan. Beberapa informan sulit untuk ditemui dikarenakan berbagai kesibukan. Namun dengan berbagai upaya dan penyesuaian waktu, akhirnya peneliti dapat melakukan wawancara dengan informan.

Peneliti telah merangkum hasil penelitian dan membaginya menjadi beberapa bahasan sesuai pertanyaan penelitian, antara lain makna *update status* bagi pengguna *facebook* di Garut, konstruksi citra diri pengguna *facebook* di Garut melalui status yang ditulisnya, Konstruksi citra diri dalam *update status facebookers* di Garut dan konstruksi realitas pengguna *facebook* di Garut.

Adapun wawancara tersebut meliputi lima orang informan yang merupakan pengguna *facebook* aktif yang ditetapkan oleh peneliti, serta tiga orang informan untuk keperluan triangulasi. Peneliti memilih informan berdasarkan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya serta mewakili beberapa kalangan.

#### Makna *update status* bagi pengguna

Sebagai media untuk berbagi informasi karena dalam *update status* pengguna dapat berbagi apa saja yang bermanfaat untuk pengguna lain. Terlebih *update* tersebut tidak hanya berupa tulisan tetapi juga bisa berupa gambar atau foto, video, catatan, bahkan menautkan *link* menuju sebuah *website* tertentu. Selain sebagai media berbagi informasi, dalam satu jawaban mengenai makna *update status* juga disebutkan bahwa *update status* sebagai

tempat untuk menuangkan inspirasi dan juga hobi yang mungkin tidak bisa dikeluarkan di dunia nyata. Ada juga yang memaknai *update status* sebagai media untuk berbagi pengalaman. bahwa pengalamannya dalam menjalani kehidupan mungkin bisa berguna bagi orang lain.

Dari 5 orang informan rata-rata memiliki jawaban yang beragam, dan jawaban yang dikemukakan tidak hanya terpaku pada pertanyaan mengenai apa makna *update status* bagi pengguna *facebook*, tapi juga mengalir saat para informan menceritakan pengalaman mereka mengenai *update status*. Berikut adalah petikan wawancara peneliti dengan informan :

*“saya sih menganggapnya seperti media milik pribadi sendiri, soalnya kita bisa share apapun yang mungkin aza bermanfaat buat yang lain seperti yang tadi saya katakan”*

Pernyataan YN (informan 1) menunjukkan bahwa informan memaknai *update status* sebagai media untuk berbagi informasi apapun yang bermanfaat bagi orang lain. dan sebagai media milik pribadi. Dengan banyaknya informasi dan terbatasnya media untuk berbagi, menjadikan *facebook* sebagai media yang mudah di akses untuk berbagi informasi.

Adapun pendapat lain yang di berikan oleh GT (informan 2) saat di tanyakan makna *update status* adalah:

*“kalo ditanya seperti itu sih jawabannya sederhana aja karena update status itu tempat saya mengekspresikan diri saya”*

Pernyataan GT (informan 2) menyatakan bahwa informan memaknai *update status* sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Dengan *update status* mengekspresikan diri jadi lebih mudah, kita hanya perlu menuliskan kata-kata yang bisa mewakili apa yang kita rasakan dan jika perlu gambar untuk memperkuatnya, kita bisa menambahkannya.

Adapula pernyataan lain yang di kemukakan oleh ILH (informan 3) sebagai berikut:

*“update status itu tempat kita untuk menuangkan inspirasi dan juga hobi yang mungkin tidak bisa di keluarkan di dunia nyata, tapi yang paling penting tidak merugikan orang lain”*

Terlihat bahwa ILH (informan 3) memaknai *update status* sebagai tempat untuk berbagi inspirasi, hobi dan pengalaman dengan pengguna lain. Ekspresi yang kita ungkapkan di dunia nyata mungkin bisa mengganggu orang lain terlebih untuk terus di lakukan atau di bicarakan. Melalui *update status* kita bisa mengeluarkan semua inspirasi dan hobi, dan kita juga bisa menemui orang orang dengan hobi yang sama tanpa di batasi oleh jarak dan juga waktu.

Lain halnya dengan ketiga informan diatas, RAR memiliki persepsi sendiri tentang makna *update status*, yaitu:

*“menurut aku sih update status itu tempat kita buat berbagi pengalaman a, mungkin aja pengalaman kita bisa berguna buat orang lain, kan sekarang juga udah dewasa pemikiran kita juga harus lebih dewasa”*

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa RAR (informan 5) memaknai *update status* sebagai media untuk berbagi pengalaman. Terdapat hal menarik bahwa tingkat kematangan umur dan cara berfikir mempengaruhi pemaknaan informan terhadap *update status*.

### **Konstruksi citra diri pengguna *facebook* melalui status yang ditulisnya**

Berdasarkan pernyataan dari informan yang telah peneliti wawancarai, dimana para informan tersebut adalah pengguna *facebook* aktif yang di pilih secara purposive sampling, terlihat bahwa mereka mengkonstruksikan berbagai macam citra. Konstruksi citra tersebut dapat dilihat dalam kutipan-kutipan hasil wawancara berikut ini:

*“Ingat kata pepatah : mulutmu harimau-mu, kalo sekarang status-mu harimau-mu, saya berusaha untuk berhati-hati dalam posting sesuatu di facebook, takutnya menyinggung seseorang ataupun kelompok tertentu, fenomena saat ini apapun di upload atau di post ke wall masing-masing, foto, image, video, mau makan update dulu, mau shalat update dulu, mau ikut pengajian update status, yang saya takutkan jika seperti itu saya jadi riya yang akhirnya menggugurkan pahala”*

Dari pernyataan di atas terlihat bahwa informan menulis status berlandaskan pepatah “mulutmu harimau” yang artinya bahwa apapun yang di tulis oleh YN sebelumnya, tidak ingin menjadi bumerang baginya suatu saat nanti. Terlihat bahwa informan mengonstruksikan dirinya sebagai orang yang bijaksana dan memikirkan segala sesuatu sebelum di lakukan. Informan juga menghindari aktifitas terlalu banyak mengupdate atau *overposting* karena berlandaskan agama dan ditakutkan berkurangnya pahala yang dimilikinya. Dalam pengambilan keputusan dan pemikirannya pun, YN juga menggunakan landasan agama yang dianutnya. Terlihat bahwa informan juga mengkonstruksikan dirinya sebagai orang yang mengerti tentang agama. Di bawah ini adalah contoh status dari YN (informan 1)

### **Gambar 1 Contoh Status YN (Informan 1)**

Adapun pendapat lain yang di berikan oleh GT (informan 2) adalah sebagai berikut:

*“Itu yang terpikir pada saat saya mengupload foto. Sebagai apresiasi saya terhadap orng tersebut. Kalo sindiran mungkin lebih ke kode supaya orng yg saya mksd ngerti apa yg saya mau. Secara saya kaku dan cenderung dingin kalo bersikap mangkannya saya berusaha menunjukan arti seseorang buat hidup saya lewat update status. Update status saya itu hanya ttg apa yg saya pikirkan. Kan yang ditanyakan di kolom update status juga apa yg anda pikirkan bukan apa yg anda inginkan hehe”*

Dari pernyataan di atas terlihat bahwa informan GT (informan 2) mengkonstruksikan dirinya sebagai orang yang menyampaikan pesan tetapi tidak ingin di ketahui kepada siapa pesan tersebut ditujukan, dan hanya orang yang ditujunyalah yang mengetahui tentang isi pesan tersebut.





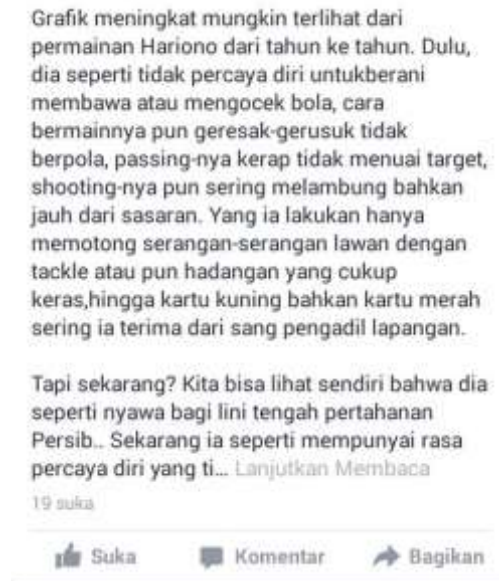
**Gambar 2 Contoh status GT (informan 2)**

Seperti pada contoh status di atas, GT juga mengkonstruksi pesan yang ingin disampaikan terhadap seseorang dengan pesan bermakna tersembunyi, dan status yang di *update* pun terpikirkan secara mendadak saat akan mengupload foto

Lain halnya dengan kedua informan diatas, ILH memiliki pendapat sendiri, yaitu:

*“karena saya suka sepak bola, maka update status pun sering berkaitan dengan sepak bola, walaupun ada hal lain, itu menjadi bumbu penyedap saja. Biasa saja, entah karena sudah terbiasa, dan memang itu cara saya mengungkapkan perasaan lewat status berbau sepak bola”*

Dari pernyataan di atas terlihat bahwa ILH (informan 3) mendasari *update statusnya* karena kesukaan informan terhadap sepak bola dan menjadi cara informan untuk mengungkapkan perasaan lewat status berbau sepak bola seperti pada contoh status di atas. Dapat dilihat juga bahwa informan mengkonstruksikan sepak bola adalah bagian dari kesehariannya.



**Gambar 3 Contoh status ILH (informan 3)**

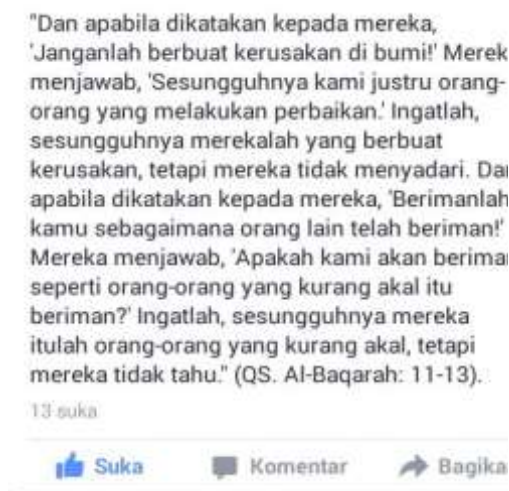
Jika dilihat lebih seksama di akun facebooknya, ILH terkesan mengkonstruksikan dirinya seperti media online yang mengomentari segala macam tentang sepak bola.

Adapula pernyataan lain yang di kemukakan oleh DIPP (informan 4) sebagai berikut:

*“Menshare ttg ilmu kan itu lebih baik apalagi soal saling mengingatkan kpd sesama muslim. Terutama untuk diri pribadi. Masalah reward? Kembalikan lagi kpd dri mereka msing” yg menilainya”*

Dari pernyataan di atas terlihat bahwa DIPP (informan 4) mengkonstruksikan bahwa berbagi ilmu melalui status sebagai konsumsi pengguna lain lebih baik dari pada update yang lain serta mengkonstruksikan dirinya sebagai orang yang lebih tahu dan mengerti tentang agama. Informan juga tidak mempermasalahkan tentang reward atau penghargaan, ia mengembalikannya kepada masing-masing yang menilainya. Di bawah ini adalah contoh status dari DIPP.





**Gambar 4 Contoh status DIPP (informan 4)**

Selanjutnya adalah pernyataan yang di kemukakan oleh RAR (informan 5)

*“Karena kalo sekarang udah ga pacaran ya a terus yaa karena semuanya udah ada yang atur kan Allah jadi yaa sekarang lebih jalanin aja, terus ga muluk muluk untuk kedepannya kaya gimana Mungkin sekarang dengan berjalannya waktu, dengan bertambahnya usia jadi pemikirannya ga sama kaya yang dulu kalo sekarang sih lebih buat masa depan... Enggak sih kan updatenya Cuma keinginan doang”*

Peneliti menyimpulkan bahwa informan mengkonstruksikan dirinya menjadi berbagai macam orang yang berbeda sesuai dengan *update status* dari masing-masing informan. Konstruksi tersebut disebabkan beberapa alasan seperti agama, pepatah, pengalaman, kesulitan berkomunikasi, dan kesukaan atau hobi.

#### **Konstruksi citra diri dalam *update status facebookers* di Garut**

Dalam media sosial khususnya *facebook* tidak hanya *update* dari pengguna saja yang dapat dilihat tetapi *update status* dari pengguna lainpun dapat dilihat mulai dari

*update* yang terbaru hingga *update* yang sudah lama.

*“Saya jarang membaca *update status* pengguna lain, tapi Karakter seseorang dapat dilihat dari tulisannya”*

Dari pernyataan di atas terlihat bahwa GT (informan 2) jarang membaca status orang lain, tetapi menurut informan karakter seseorang dapat dilihat dari tulisannya. Dari pernyataan GT juga dapat dikatakan bahwa tulisan seseorang dapat mewakili dan menggambarkan seperti apa dirinya

Adapula pernyataan lain yang di kemukakan oleh ILH (informan 3) sebagai berikut:

*“Sebenarnya bisa membaca karakter dari apa yang diupdatekan, tergantung kita menilainya, tapi apapun itu, karena negara kita katanya negara demokrasi, ya sah-sah saja mau menulis status apapun, selama itu tidak mengganggu hak orang lain”*

Menurut ILH (informan 3) selama tidak mengganggu orang lain kita bisa mengupdate status apapun sesuka kita, karena negara kita adalah negara demokrasi. Tetapi untuk menilai orang lain dari *update statusnya* tergantung dari bagaimana menilainya. Apakah akan menilai dari statusnya saja, atau ingin melihat seperti apa aslinya, atau membandingkannya dengan orang lain, semua tergantung dari bagaimana cara kita menilainya.

Adapun pendapat lain yang di berikan oleh DIPP (informan 4) adalah sebagai berikut:

*“Kalo masalah itu kurang tau, karena ga sering ngepoin org lain, mungkin beraneka macam. Kayanya kalo sekedar melihat dari statusnya doang ga bakalan*

*ketahuan. Kalo untuk teman dumay mungkin dgn cra mereka berchatingan mungkin saya bisa memprediksi karakter mereka. Kalo org yg suka bertemu sehari"nya pasti lebih tau."*

Terlihat bahwa menurut DIPP (informan 4) untuk mengetahui karakter pengguna lain, tidak akan bisa hanya dari membaca statusnya saja, untuk pertemanan dunia maya bisa mengobrol menggunakan fitur *chatting* untuk membantu memprediksi bagaimana orangnya. Tetapi untuk lebih tepatnya memang harus bertemu di dunia nyata, tetapi jika sehari-harinya sering bertemu dapat dipastikan informan lebih tahu bagaimana orangnya.

*"Justru malah ngebantu kalo ada yg sama saling ngshare ttg kebenaran, selagi itu masih di jalan yg positif, kenapa enggak. Yg tadinya kita gak tau, kan menjadi tau info" yg baik (knowladge). Lumayan dapet ilmu gratis hee"*

DIPP juga menambahkan bahwa status yang sejenis bisa saling membantu dirinya tentang sesuatu yang belum di ketahuinya, karena banyak hal di dunia ini yang tidak bisa kita pelajari secara langsung dan bisa kita pelajari dari orang lain yang lebih mengetahuinya.

Informan mengemukakan bahwa informan menganggap bahwa *status* yang di *update* hanya sekedar tulisan yang di *update* saja dan tergantung dari cara kita menilainya. Beberapa informan mengaku merasa terbantu dengan *update* dari orang lain yang berisi ilmu, ada juga yang termotivasi untuk saling berbagi pengalaman melalui *update status*. Selain itu adapula yang tidak tahu karena jarang memperhatikan *update status* orang lain. Tetapi informan menyatakan bisa mengetahui seperti apa dan bagaimana

karakter pengguna tersebut dengan beberapa cara seperti memperhatikan cara penyampaian dan cara penulisan statusnya serta dengan mengobrol menggunakan fitur *chatting*.

### **Konstruksi realitas sosial pengguna facebook di Garut**

Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, namun proses yang terjadi tetaplah sama. Dalam proses eksternalisasi para informan mengekspresikan berbagai hal dalam *update status* seperti hobi, perasaan, bahkan cara berfikir. Dalam proses objektivasi terbentuk sebuah realitas objektif yang akan dihadapi informan berupa komentar, beberapa realitas yang terbentuk seperti keluhan, sindiran, bahkan pertanyaan. Sementara dalam internalisasi terjadi penyerapan kembali ke dalam kesadaran. Proses ini dapat dilihat dari bagaimana informan menanggapi respon pengguna lain dan beberapa informan menanggapi dengan santai, gemes, bangga, bahkan ada pula yang menanggapi tergantung dari respon awalnya.

### **Pembahasan**

Setelah melakukan wawancara dengan 5 orang informan, peneliti dapat menyimpulkan menjadi beberapa poin pembahasan sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah di tentukan sebelumnya. Adapun poin poin tersebut di susun secara bertahap untuk memudahkan analisis, mulai dari makna *update status* bagi pengguna *facebook* di Garut, konstruksi citra diri pengguna *facebook* di Garut melalui status yang ditulisnya, Konstruksi citra diri dalam *update status facebookers* di Garut dan konstruksi realitas sosial pengguna *facebook* di Garut.

## V. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Makna *update status* bagi pengguna bermacam-macam diantaranya adalah sebagai media untuk berbagi informasi, sebagai tempat untuk menuangkan inspirasi dan juga hobi, sebagai media untuk berbagi pengalaman.

Konstruksi citra diri pengguna *facebook* melalui status yang dituliskan peneliti menyimpulkan bahwa informan mengkonstruksikan dirinya menjadi berbagai macam orang yang berbeda sesuai dengan *update status* dari masing-masing informan.

Konstruksi citra diri dalam *update status facebookers* di Garut. informan menganggap bahwa *status* yang di *update* hanya sekedar tulisan yang di *update* saja dan tergantung dari cara kita menilainya. Beberapa informan mengaku merasa terbantu, ada juga yang termotivasi. Selain itu adapula yang tidak tahu karena jarang memperhatikan *update status* orang lain. Tetapi informan menyatakan bisa mengetahui seperti apa dan bagaimana karakter pengguna tersebut dengan memperhatikan cara penyampaian dan penulisan statusnya serta dengan mengobrol menggunakan fitur *chatting*.

Konstruksi realitas sosial pengguna *facebook* di Garut. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas, namun proses yang terjadi tetaplah sama yaitu: Eksternalisasi, objektivasi, internalisasi.

### Saran

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan teori dan metode lain yang sudah digunakan dalam penelitian ini agar lebih menguak sisi lain dari media sosial khususnya media sosial *facebook*.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengadakan penelitian yang lebih mendalam mengenai media sosial selain *facebook* dan menemukan topik-topik permasalahan yang

lain seperti marketing di media sosial dan kebiasaan berbelanja melalui media sosial.

### Daftar Pustaka

#### Buku

- Ardiyanto, Elvinaro. 2013. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Buchari, Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Universitas Airlangga.
- Evans, Dave, 2008. *Social Media Marketing An Hour A Day*, Wiley Publishing, Inc : Canada
- Flew, Terry .2005. *New Media : an Introduction*. New York : Oxford University Press.
- Mardina Wati dan A.R Rizky *5 jam menjadi terkenal lewat facebook* ( Bandung: CV Andi Offset , 2009 ) hal 1-3

#### Jurnal Penelitian

- Paramitha, Cindy Rizal Putri, 2011. “*Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*”. Thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Alice E. Marwick, 2010. *Status Update: Celebrity, Publicity and Self-Branding in Web 2.0*. Dissertation. Doctor Of Philosophy, Steinhardt School of Culture, Education, and Human Development New York University

