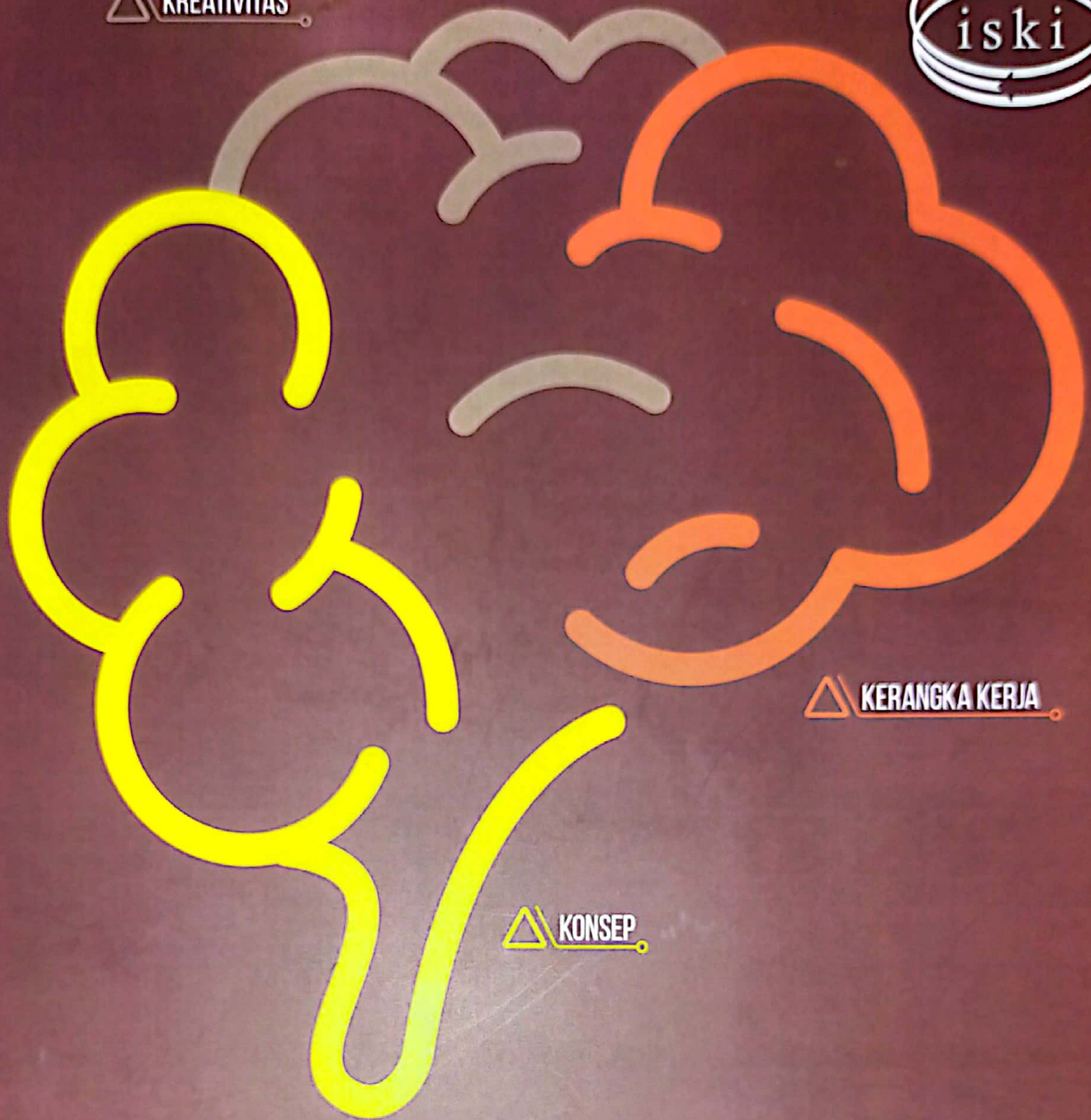


△ KREATIVITAS



△ KERANGKA KERJA

△ KONSEP

PROSIDING KONFERENSI NASIONAL KOMUNIKASI 2015

**KONSEP,
KERANGKA KERJA,
KREATIVITAS KARYA
KAYA KULTUR**

JILID 3

**Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2015:
Konsep, Kerangka Kerja, Kreativitas Karya Kaya Kultur
Jilid III**

Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2015:

**Konsep, Kerangka Kerja,
Kreativitas Karya Kaya Kultur
Jilid III**

**Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)
Jakarta, 2015**

**Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2015:
Konsep, Kerangka Kerja, Kreativitas Karya Kaya Kultur
Jilid III**

Cetakan Ke-1, Oktober 2015
Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Editor :

Irwansyah, Bambang Pamungkas, Gilang Gusti Aji, Niken Febrina Ernungtyas

Desain dan Tata Letak :
Wahyu Aji, Ika Tri Lestari

Cetakan Ke-1, Jakarta, ISKI 2015
xxv-360 hlm, ukuran 21 x 29 cm.

ISBN: 978-602-1054-03-1
ISBN: 978-602-1054-06-2

Diterbitkan Oleh:
Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)
Apartemen Brawijaya Lantai 1 Unit G03/ 03A
Jl. Brawijaya XII No. 1 Kebayoran Baru
Jakarta Selatan 12610

www.iski.or.id

**Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2015:
Konsep, Kerangka Kerja, Kreativitas Karya Kaya Kultur
Jilid III**

Reviewer :

Billy K. Sarwono
Dadang Rahmat Hidayat
Eka Wenats Wuryanta
Erdah Muwarni
Effy Rusfian
Eni Mariani
Eriyanto
Euis Komalawati
Farid Hamid
Gun Gun Heryanto
Harmonis
Inge Hutagalung
Irwa Zarkasi
Irwansyah
Isnawijayani
Jufri Al Katiri
Leila Mona Ganiem
Lestari Nurhayati
Mulharnetty Syas
Nurkholisoh
Pinkey Triputra
Puji Lestari Ginting
Rajab Ritonga
Rino F. Boer
Ruli Nasrullah
Rusdi Muchtar
Sri Sedyaningsih
Sunarto
Suraya
Turnomo Rahardjo
Ulani Yunus
Umaimah Wahid
Uwes Fatoni

DAFTAR ISI

Kata Pengantar Ketua Umum ISKI Pusat	ix
Kata Pengantar Ketua Steering Committee KNK ISKI 2015	xi
Kata Pengantar Ketua Panitia KNK ISKI 2015	xiii
Kata Pengantar Tim Reviewer KNK ISKI 2015	xvii
Kata Pengantar ISKI Jawa Tengah	xix
Pendahuluan	xxi
Ilyas Lampe, Maylanny Christin	
Tuntutan Atas Akses Ekonomi Dan Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Komunitas Etnik Lokal Pada Tambang Migas Tiaka, Morowali Utara, Sulawesi Tengah	1
Inda Fitriyarini, Hairunnisa	
Komunikasi Partisipatif Pengelolaan Lingkungan Pasca Tambang Batubara Di Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur	13
Iriana Bakti, Centurion C. Priyatna, Evie Novianti, Heru Ryanto Budiana	
Peran Petani Dalam Penyebaran Informasi Tanaman Obat Di Jawa Barat	25
Iskandar Zulkarnain, Farouk Badri, Al Baehaki	
Hobi <i>Costume Play</i> (<i>Cosplay</i>) dan Konsep Diri	35
Kanti Walujo	
Demokrasi Indonesia Dalam Wayang: Analisis Wacana Wayang Kampung Sebelah (WKS) Terhadap Isu Pemilu 2014 Dalam Lakon Mawas Diri Menakar Berani	47
Kusumajanti	
Pengembangan Tema Fantasi Dalam Memelihara Hubungan Antarpribadi, Dan Kohesivitas Kelompok Lanjut Usia	55

- Leviane Jackelin Hera Lotulung**
Pers Dan Politisi Perempuan
- Lely Ariane**
Mozaik Pesan Dan Bising-Bising Komunikasi Politik Pemerintah Serta Persoalan
Hukuman Mati Gembong Narkoba
- Lidya Wati Evelina**
Pengelolaan Pesan Promosi Layanan Jesika (Jemput Air Susu Seketika) Di Media Digital
- Likha Sari Anggreni**
Peran *New Media* Dalam Mendukung Aktifitas *Public Relations* Adhiwangsa Hotel Solo
- Lintang Ratri Rahmiaji**
Konstruksi Artis Cilik Di Tayangan Infotainment Indonesia
- Lukiati Komala, Hanny Hafiar, Priyo Subekti**
Khasiat Dan Proses Pengolahan Tanaman Obat Menurut Pengguna Obat-Obatan Berbasis Herbal
Di Jawa Barat
- Lusia Savitri Setyo Utami**
Pengkonstruksian *Image* Korea Selatan Melalui Orang Non-Korea
- Made Dwi Adnjani, Mubarak**
Pencegahan Kekerasan Pada Anak Melalui Strategi Pesan Efektif Dalam Komunikasi Orang Tua Anak
Dan Penanaman Nilai-Nilai *Emotional* Dan *Spiritual Quotient (ESQ)*
- Manap Solihat**
Orientasi Politik Masyarakat Kota Bandung Pada Pemilihan Gubernur Secara Langsung
Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2013 Melalui *Participatory Rural Appraisal Method*
- Marfuah Sri Sanityastuti, Humaera Elphananing Tyas**
Kemampuan Komunikasi Antar Pribadi Dalam Menunjangkompetensi Dokter Keluarga
- Mas'amah**
Kemampuan Media Literacy Mahasiswa Universitas Nusa Cendana Kupang
- Mazdalifah**
Kualitas Tayangan Anak Di Televisi Indonesia
- Mediana Handayani, Dio Herman Saputro**
Instagram Sebagai Etalase Eksistensi Pornografi Pada Pria Gay (Studi Etnografi Komunikasi
Pada Pria Gay Berprofesi Sebagai *Porn Star & Therapist*)
- Meilani Dhamayanti**
Aktifitas Komunikasi Kelompok "Masyarakat Peduli Autis Indonesia"
Dalam Kampanye "*Autism Is Not A Joke*"
- Melati Mediana Tobing**
Kedaulatan Komunikasi Antarpribadi Di Media Sosial
- Mia Angeline, Amalia Zul Hilmi, Dery NurlidaTustiana**
Model Persuasi Buzzer Dalam Aktivitas Promosi Produk
- Muhammad Sulhan**
Kekerasan, Makna Kekerasan, Dan Terpaan Program Televisi Tiga Zaman

KEDAULATAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DI MEDIA SOSIAL (ANALISA PERSEPSI RUANG REMAJA DALAM DIALEKTIKA KELUARGA DI MEDIA SOSIAL)

Melati Mediana Tobing
Ilmu Komunikasi Fisipol-UKI
tobingmelati@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi antarpribadi menjadi sarana manusia menyelesaikan masalah melalui *curhat* atau *sharing* diantara orang dekat, misalnya anggota keluarga. *Teori Communication Boundary Management* menjelaskan bahwa tiap individu memiliki tekanan tentang informasi apa yang dapat dibagikan dan yang perlu disimpan, dengan kesadaran adanya batasan antara ruang publik dan ruang privat yang disebut Sandra Petronio sebagai proses *dialektika*. Ada hal yang dapat diketahui orang lain sebagai ruang publik, dan hal yang tidak perlu diketahui orang lain (hal tabu) dan hanya cukup diketahui oleh dirinya dan keluarga sebagai ruang privat. Ini terkait *Teori Proxemics* dari Edward T. Hall, dimana persepsi komunikator terhadap ruang memfasilitasi proses komunikasi antarpribadi terutama pada tingkat *microcultural* yaitu ruang informal. Pada media sosial terjadi perubahan cara manusia berkomunikasi dengan melakukan *sharing* masalah pribadi di zona publik. Tulisan ini menggugah kesadaran tentang sejauhmana kedaulatan komunikasi antarpribadi di media sosial dapat mengganggu interaksi komunikasi, karena disebabkan ketidakterediaan ruang komunikasi pada keluarga. Tulisan didasari hasil penelitian kualitatif tentang persepsi jarak oleh remaja pengguna media sosial aktif ketika *curhat online*. Penelitian menggunakan paradigma *interpretive* melalui strategi penelitian fenomenologi dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi. Analisa penelitian dilakukan melalui skema *open coding* dan analisis *axial coding* untuk menarik kesimpulan deduktif tentang persepsi ruang responden.

Kata Kunci: Komunikasi Antarpribadi, Persepsi Ruang, Dialektika, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Sudah menjadi hal yang lumrah bagi setiap manusia untuk menemui masalah dalam hidupnya. Seringkali dalam keluhan manusia yang sedang diliputi berbagai persoalan terbersit pertanyaan “mengapa masalah hidup saya tidak

Melalui media *online*, *curhat* tidak lagi hanya dibicarakan oleh orang yang 'dekat' tetapi dapat dibicarakan dengan banyak orang- dimanapun di belahan dunia ini, yang tidak dikenal atau *anonymous*. Dalam hal ini, tataran komunikasi dalam interaksi individu tidak hanya berlangsung pada tataran komunikasi antarpribadi namun juga menjadi komunikasi massa. Pemahaman ruang publik dan ruang privat dalam proses dialektika menjadi kabur, dengan asumsi agar harapan individu untuk meluapkan masalah yang mengganjal di hati dapat ditumpahkan di media *online*. Hal ini disebabkan adanya tekanan untuk menyampaikan informasi ke luar dirinya (ekspresif) yang tidak dapat diperoleh melalui komunikasi dengan keluarganya. Artinya tindakan mengekspresikan permasalahan tabu tersebut dianggap dapat memenuhi harapannya, dibandingkan apabila menyimpan rapat permasalahan tersebut di dalam keluarganya saja.

Media *online* merubah cara manusia berinteraksi tentang hal yang dianggap urusan pribadi menjadi hal yang lumrah untuk ditanggapi beramai-ramai oleh masyarakat luas. Tekanan individu untuk mengekspresikan dirinya tersebut terkait dengan beberapa manfaat yang mereka peroleh, yaitu dapat berguna untuk mendapatkan empati atau berkomunikasi untuk meringankan beban hidupnya. Bentuk komunikasi dalam proses interaksi seorang individu akan berbeda-beda, dengan tanggapan akan respon yang berbeda juga. Hal ini disebabkan adanya perbedaan kebiasaan komunikasi internal dengan keluarganya, selain itu adanya perbedaan karakter tiap keluarga yang membentuk pola komunikasi khas individu.

Media *online* menjadi sarana untuk berinteraksi dan berkomunikasi guna mendapatkan kekuatan dalam menghadapi masalahnya. Persoalannya sejauh mana interaksi melalui media tersebut dapat membantunya dalam memenuhi harapannya, bahkan menyelesaikan masalah hidupnya? Hal ini yang perlu diketahui lebih jauh: Mengapa individu yang menyukai *curhat online* tidak terpenuhi harapannya dan kemudian berupaya mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan harapannya melalui interaksi di media *online*? Bagaimana dialektika di media sosial dapat membantu seseorang dalam menghadapi masalah hidupnya? Bagaimana latarbelakang keluarga pengguna media *online* tersebut?

Dalam teori proxemic, seseorang dalam melakukan komunikasi selalu berada dalam *setting* ruang tertentu. *Setting* ruang tersebut memfasilitasi proses komunikasi, namun tiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang ruang tersebut. Persepsi tentang ruang oleh latarbelakang budaya darimana seseorang itu berasal.

Dalam media *online*, ruang yang ada adalah ruang publik dengan interaksi yang serentak melibatkan seluruh individu yang terkoneksi dengan internet dari seluruh dunia. Sedangkan membicarakan hal atau masalah pribadi, lazim dilakukan dalam 'ruang privat' dengan orang-orang yang dikenal dan berhubungan baik. Ketika seseorang membicarakan hal-hal pribadi dalam ranah publik, pernahkan ia berpikir tentang batasan ruang publik dan ruang privat dalam media *online* tersebut? Bagaimana seseorang mempersepsikan ruang publik dan ruang privat ketika *curhat* di media *online* tersebut?

Hal ini terkait dengan hak bicara individu dan sekaligus kewajiban untuk tidak mengganggu hak bicara individu lain, yang dapat kita sebut dengan kedaulatan komunikasi antarpribadi. Kedaulatan komunikasi di Indonesia terkait dengan hak asasi manusia untuk berbicara apa saja dan dilindungi oleh Undang Undang Dasar 1945. Ari Wahyudi Hertanto, SH, MH. dalam tulisannya di Harian Pelita (Jumat, 11 September 2015), menjelaskan bahwa:

"Kedaulatan sebenarnya secara sederhana tidak perlu dipahami dalam suatu bentuk pemahaman konsep yang sulit, karena secara sederhana masing-masing individu manusia di dalam dirinya melekat apa yang dinamakan kedaulatan itu sendiri. Penulis dalam hal ini memberikan pemahaman bahwa kedaulatan adalah manifestasi dari kekuasaan tertinggi. Jika dihadapkan pada individu-individu manusia, maka setiap individu masing-masing memiliki kekuasaan tertinggi terhadap dirinya. Dibalik kekuasaan tertinggi individu tersebut pada dirinya, maka dirinya pun dituntut untuk bersikap adil terhadap dirinya sendiri... Pertanyaannya adalah apakah selama ini kedaulatan yang ada pada diri kita masing-masing telah memenuhi keadilan bagi diri kita sendiri, yang utamanya telah terpenuhinya hak-hak dasar dari tubuh kita selain daripada beban kewajiban yang selama ini ditumpukan kepadanya. Apakah mereka yang selama ini tidak dapat berlaku adil terhadap dirinya dapat berlaku adil terhadap sesamanya...".

privat dan apa yang bukan privat. Permainan antara keinginan untuk berbagi dan keinginan untuk melindungi dirinya (dengan tidak berbagi) itu tetap dan pasangan menegosiasikan dan mengatur batasannya itu.

Kita memiliki rasa kepemilikan informasi tentang diri kita dan kita merasa punya hak untuk mengaturnya. Petronio melihat proses pembuatan keputusan ini sebagai *dialektika*- sebuah interaksi antara tekanan untuk mengungkapkan dan tekanan untuk menyembunyikan.

Ketika informasi pribadi dibagikan, orang tersebut menjadi pemilik informasi (*co-owner*), dan kepemilikan bersama informasi (*co-ownership*) memiliki sejumlah negosiasi hak dan tanggungjawab. Misalnya pada satu keluarga secara implisit memiliki aturan tentang hal apa yang tidak boleh diketahui oleh keluarga lain. Keluarga itu adalah pemilik informasi (*co-owner*), tetapi ada batasan antara apa yang dianggap privat dalam keluarga tersebut dengan yang tidak, yang dipahami oleh setiap anggota keluarga tersebut.

Ketika seseorang menutup informasi, maka ia membuat orang lain berkeinginan untuk meresponnya dengan sesuai. Keinginan dan respon (*demands and responses*) perlu dikoordinasi. *Boundary Management* mengharapkan perhatian dan pemikiran. Orang memutuskan bagaimana dan kapan *to disclose*, dan mereka memutuskan bagaimana *to respond to the demands* dari orang lain (Littlejohn, 2002:252).

Boundary Management dalam keluarga yang dikemukakan oleh Mary Anne Fitzpatrick lebih menjelaskan bagaimana komunikasi keluarga dan jenis-jenis pernikahan. Penelitiannya didasari oleh hasil kerja dari David Kantor dan William Lehr (*Inside the family*, 1975), yang menjelaskan bahwa pernikahan dapat dikarakteristikan melalui bagaimana pasangan menggunakan ruang, waktu dan energi mereka, dan tingkatan mereka mengekspresikan perasaannya, menggunakan kekuasaan, dan berbagi kesamaan filosofi pernikahan (Littlejohn 2002:253).

Melalui penelitian terhadap 1,500 orang menikah, Fitzpatrick menjelaskan ada tiga faktor dasar yang membedakan, yaitu: ideologi, kemandirian, dan konflik. Melalui ketiga dimensi ini, Fitzpatrick mengumpulkannya dalam tiga kelompok- tradisional, mandiri, dan terpisah. Kelompok tradisional cenderung konvensional, lebih stabil, lebih pasti dalam hubungan, tidak bervariasi atau spontanitas. Mereka memiliki kemandirian tinggi dan suka bersama-sama. Mereka tidak asertif apabila tidak sesuai, dan dapat berkonflik.

Jenis pernikahan kedua adalah kelompok mandiri (*the independent*). Individu ini cenderung tidak konvensional dalam memandang pernikahan dan tidak terlalu bergantung. Meskipun suka meluangkan waktu bersama dan mengerjakan sesuatu bersama, mereka memiliki otonomi sendiri bahkan punya ruang masing-masing dalam rumah. Mereka bahkan memiliki hobi atau teman yang berbeda di luar rumah. Hubungan mereka terus menerus dinegosiasikan. Dengan kemandiriannya mereka sering konflik, pasangan sering menunjukkan kuasanya dengan menggunakan teknik persuasif, dan tidak enggan menyanggah argumen orang lain. Mereka ekspresif seperti kelompok tradisional, mampu saling merespon isyarat nonverbal dan saling memahami dengan baik.

Jenis pernikahan ketiga adalah kelompok terpisah (*the separates*). Individu dalam kelompok ini ambivalen terhadap aturan maupun hubungan mereka. Meski punya pandangan pernikahan secara konvensional, mereka tidak terlalu mandiri dan tidak banyak berbagi. Fitzpatrick menunjuk kelompok ini sebagai "perceraian emosional" (*emotionally divorced*). Mereka memiliki opini masing-masing dan dapat diperdebatkan, tetapi konflik tidak berlangsung lama sebab memisah cepat untuk mundur dari konflik.

Pemisahan memiliki sikap mengawasi, dengan banyak pertanyaan namun sedikit nasihat. Mereka tidak terlalu ekspresif dan kurang memahami emosi pasangan dengan baik. Sebanyak 60% pasangan yang diuji masuk dalam kategori ini. Dalam kasus ini, suami dan istri dalam kuesioner menyetujui bahwa mereka tradisional murni, mandiri, atau terpisah. Namun ada juga pasangan yang tidak setuju, dan kemudian dimasukkan dalam campuran (*mixed*), termasuk kombinasi terpisah-tradisional, tradisional-mandiri, atau mandiri-terpisah. Karakteristik tipe campuran ini lebih kompleks.

Fitzpatrick dan rekan-rekan menemukan berbagai cara dalam berkomunikasi dan mengelola batasan dari tiap tipe keluarga. Orientasi pertama adalah *confirmity*, yang mendorong kesamaan atau kepercayaan. Orientasi kedua adalah *conversation*, yang mendorong tiap anggota keluarga berpartisipasi bebas dalam diskusi spontan. Kedua dimensi ini memiliki variabel berbeda di tiap keluarga, ada yang tinggi dan ada yang rendah (Littlejohn, 2002:254).

Apabila kedua dimensi disatukan, terdapat empat mode komunikasi dalam keluarga. Pertama adalah *consensual*, yang tinggi dalam *confirmity* dan *conversation*. Kedua adalah *pluralistic*, dimana anggota keluarga berkomunikasi terbuka dalam mempertahankan ide, orangtua di keluarga ini mandiri. Ketiga adalah *protective*, yang kurang mengeksplorasi ide, dengan anak-anak yang mudah dipengaruhi otoritas dan orangtua yang terpisah. Keempat adalah komunikasi *laissez-faire*, yang ditandai oleh buntunya keterlibatan dan pemisahan anggota keluarga, dengan anak-anak yang lebih mengidentifikasi dirinya pada kelompok sosial eksternal, ayah dan ibu cenderung merupakan tipe campuran, seperti terpisah-mandiri.

Secara disadari ataupun tidak, kita menyesuaikan perilaku komunikasi kita pada *setting* sekitar kita. Hal yang kita katakan dan kepada siapa kita katakan, keduanya dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Perlu disadari bagaimana kita mengadaptasi pesan kita pada *setting* sekitar. Sebagai seorang komunikator kompeten, tidaklah mungkin kita berteriak di perpustakaan atau di tempat ibadah, namun di tempat seperti stadion sepakbola dan pertunjukan musik rock.

Mengacu pada Lee Sproull dan Sara Kiesler (1986), *social context cues* membantu sebagai indikator dari perilaku yang sesuai. Mereka menentukan tentang dua hal baik **kontak** yaitu kepada siapa kita mesti dan tidak semestinya berkomunikasi, dan **konten** yaitu jenis informasi yang dapat dan tidak dapat diungkapkan. Beberapa hal yang termasuk dalam *social context cues* adalah geografis, organisasi, dan variabel situasional (Wood, 2005:80).

Banyak *social context cues* (isyarat konteks sosial) yang meliputi saluran non verbal, dimana CMC (*computer mediated channels*) berisi sejumlah isyarat nonverbal yang serupa dengan konteks tatap muka. Sproul dan Kiesler (1986) menemukan bahwa pasokan pendek SCC memiliki efek pada kealiamahan perilaku manusia dalam memediasi konteks. Dalam survey email karyawan perusahaan Fortune 500, mereka menemukan bahwa komunikator menunjukkan perilaku mementingkan diri sendiri, untuk menampilkan diferensiasi dari orang-orang yang berbeda status, dan untuk bertindak lebih lepas bebas. Faktanya, bukti dari survei mereka menunjukkan bahwa kualitas terakhir ini terutama diucapkan dalam konteks yang lebih baru. Karyawan perusahaan tersebut melakukan percakapan tatap muka sebanyak 4 kali sebulan tetapi 33 kali sebulan melalui email.

Hambatan tersebut tampaknya berkembang di bawah kondisi dengan isyarat konteks sosial yang lemah. Email responden penelitian tersebut cenderung kurang informasi tentang lokasi pengirim, departemen, posisi, pekerjaan, usia, jenis kelamin, kualitas yang berfungsi sebagai isyarat konteks sosial. Sara Kiesler, Jane Siegel dan Timothy McGuire (1984) berpendapat bahwa kurangnya SCC mengarah ke perasaan anonimitas (tanpa nama), mengurangi regulasi diri, dan mengurangi kesadaran diri. Meskipun hal ini dapat menumbuhkan kebebasan pribadi yang lebih besar, namun di sisi lain dapat mendorong pencemoohan standar sosial dan memimpin orang mengucapkan hal-hal yang kemudian disesali. Singkatnya, pasokan pendek SCC dapat membuat persepsi balasan impersonal dan interpretasi impersonal pesan (Wood, 2005:81-82).

Istilah Proxemics digunakan untuk menentukan pengamatan yang pengamatan dan teori yang terkait dengan penggunaan ruang oleh manusia (Hall, 1969:101). Terdapat tiga manifestasi proxemics menurut Edward T. Hall, yaitu: *Infracultural*. Merupakan suatu perilaku, mengakar pada masa lalu biologis manusia. *Precultural*. Merupakan suatu keadaan psikologis, lebih sering terjadi pada keadaan saat ini. *Microcultural*. Paling sering dilakukan pengamatan. Manifestasi proxemics dalam microcultural ini adalah: *fixed-featured*, *semifixed-featured*, dan *informal*.

Fixed-featured Space. Merupakan cara mendasar mengelola setiap tindakan individu maupun kelompok. Termasuk di sini adalah manifestasi material juga yang tersembunyi, desain yang terinternalisasi yang mengatur perilaku manusia untuk bergerak di planet ini, gedung adalah satu ekspresi pola ruang *fixed-featured* ini, tetapi gedung juga dapat dikelompokkan dalam karakteristik tertentu, serta yang dibagi secara internal sesuai dengan desain yang ditetapkan budaya. Layout desa, ibukota, kota-kota besar dan intervensi pedesaan tidak secara kebetulan, tetapi mengikuti suatu rencana yang terus berkembang seiring waktu dan budaya.

Keterkaitan ruang *Fixed-featured* pada personalitas demikian juga pada budaya kini lebih terlihat jelas dibanding dengan sebuah dapur. Ukuran, wujud, tata letak, dan posisinya di rumah mengomunikasikan kepada nyonya rumah seberapa jauh desainer atau arsitek memahami detail ruang *Fixed-featured*.

Perasaan manusia untuk berorientasi dengan benar dalam ruang menjadi mendalam. Pengetahuan tersebut terkait jelas dengan kelangsungan hidup dan kevarasan. Tersesat dalam ruang bisa menyebabkan kegilaan. Lewis Mumford mengamati adanya pola garis yang seragam tentang kota di Amerika "membuat orang asing seperti berada di rumah seperti penduduk tertua". Orang Amerika yang bergantung dengan hal ini seringkali merasa frustrasi dengan perbedaan tersebut. Sulit bagi mereka untuk merasa nyaman seperti di rumah sendiri saat di ibukota Eropa yang tidak sesuai dengan rencana sederhana ini. Mereka yang sering berpertualang dan hidup di luar negeri seringkali tersesat. Fitur yang menarik dari keluhan ini mengungkapkan hubungan tata letak kepada orang, pendatang baru menggunakan kata-kata dan nada yang berhubungan dengan penghinaan pribadi, seolah-olah kota mengadakan sesuatu terhadap dia. Tak heran orang yang lama tinggal di Perancis atau di Roma mengalami kesulitan untuk hidup di Jepang, yang sangat berbeda pola *fixed-featured* kotanya. Jika dilakukan perbandingan kedua sistem yang kontras, akan sulit untuk melihat yang mana yang lebih baik. Sistem Eropa menekankan jalur, yang mereka beri nama; bangsa Jepang mengolah titik persilangan secara teknis dan melupakan jalur. Di Jepang tiap persilangan diberi nama, bukan tiap jalan.

Beberapa aspek dari ruang *fixed-featured* tidak terlihat sampai kita mengamati perilaku manusia. Manusia membawa ruang *fixed-featured* yang terinternalisasi dan dipelajari sejak awal hidupnya. Sayangnya, hanya beberapa arsitek yang menyempatkan diri untuk menemukan kebutuhan internalisasi *fixed-featured* dari kliennya. Dengan pemikiran bahwa individu klien bukanlah perhatian utama sang perancang, tetapi hal yang utama dalam mendesain dan membangun kembali kota sekarang adalah memahami kebutuhan dari jumlah besar orang. Mereka membangun apartemen megah dan gedung perkantoran raksasa, tanpa perlu untuk memahami kebutuhan para penghuninya.

Hal yang penting dalam ruang *Fixed-featured* adalah itu adalah cetakan di mana banyak perilaku dilemparkan. Itu adalah fitur ruang dimana Sir Winston Churchill maksudkan ketika berkata: " Kita membentuk bangunan kita dan mereka membentuk kita"

Semifixed-featured Space. Terdapat dua ruang dalam manifestasi *semifixed-featured* yaitu ruang *sociofugal* dan ruang *sociopetal*. Ruang *sociofugal* contohnya seperti *railway* ruang tunggu di rumah sakit sedangkan ruang *sociopetal* seperti booth apotik bergaya lama atau meja pada sepanjang *cafe prancis*, yang menyatukan orang. Orang memiliki perasaan personal yang mendalam tentang ruang dan pengaturan *funitur* baik *staff* maupun pasien akan terganggu "sekitar kekacauan" dengan *funitur* tersebut.

Ada tiga hal yang perlu diperhatikan yaitu, sudut yang paling tepat itu kondusif apabila : (a) percakapan tentang beberapa hal antara: (b) orang dengan hubungan khusus (c) dalam *setting* budaya yang sangat terbatas. Kedua, apa yang merupakan *sociofugal* dalam satu budaya bisa menjadi *sociopetal* dalam budaya lain. Ketiga, ruang *sociofugal* tidak selamanya buruk, ataupun ruang *sociopetal* secara universal baik. Apa yang diinginkan adalah *flexibilitas* dan *kesesuaian* antara desain dan fungsi, sehingga ada berbagai jenis ruang, dan orang dapat terlibat atau tidak, sesuai dengan kesempatan dan suasana hati.

Perlu dicatat bahwa ruang *fixed-featured* dalam satu budaya bisa jadi *semifixed* pada lainnya atau sebaliknya. Di Jepang dinding dapat dipindahkan, dibuka dan ditutup selama aktifitas sehari-hari berubah. Di Amerika Serikat, orang bergerak dari ruang ke ruang atau dari satu bagian ruang ke lainnya untuk setiap aktifitas yang berbeda, seperti makan, tidur, bekerja, atau bersosialisasi dengan keluarga. Di Jepang sangat umum bagi seseorang untuk tetap berada dalam satu titik ketika aktifitasnya berubah. Di China, seorang tamu tidak boleh memindahkan kursinya tanpa ijin tuan rumah. Apabila itu dilakukan akan seperti pergi ke rumah orang lain dan memindahkan pembatas atau partisi. Dalam hal ini pengaturan *funitur* *semifixed* di rumah Amerika hanyalah soal tingkatan dan situasi. Beberapa orang Amerika dapat menyesuaikan *funitur* di rumah atau kantor orang lain. Bagaimana dan dimana barang-barang di atur dan disimpan merupakan fungsi dari pola *mikrocultural*, yang diperlihatkan tidak hanya pada kelompok besar tetapi variasi budaya yang membuat individu unik.

Informal Space. Kategori pengalaman tata ruang seseorang, yang menjadi hal terpenting bagi seseorang sebab masuk dalam jarak yang dipelihara dalam pertemuan dengan orang lain. Jarak ini seringkali berada di luar kesadaran.

Hall menyebutnya dengan ruang informal sebab itu tidak tetap, bukan karena bentuknya atau tidak memiliki kegunaan. Ruang informal ini terkait dengan jarak pada manusia.

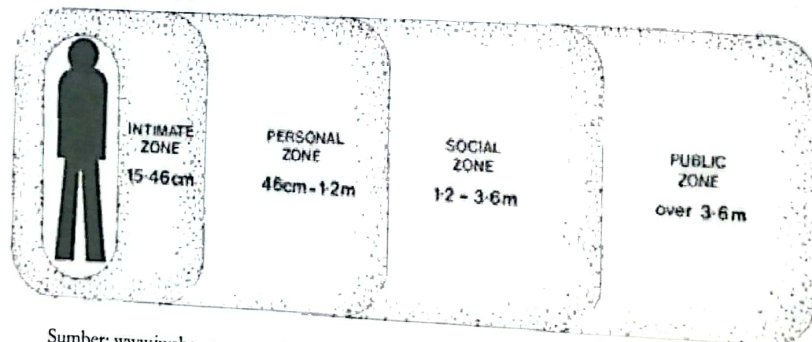
Manusia sebagaimana burung atau binatang mamalia, memiliki cara tertentu untuk mengatasi jarak terhadap sesamanya. Hal ini terkecuali beberapa pengecualian, seperti jarak terbang dan jarak kritis. Tetapi jarak personal dan jarak sosial tetap ada. Hal yang penting untuk diketahui di sini adalah *bagaimana perasaan manusia terhadap satu dan lainnya* pada satu waktu merupakan faktor penentu dalam menggunakan jarak. Misalnya orang yang sangat marah atau emphati akan "menurunkan volume" atau berteriak. Atau, satu tanda apabila seorang pria tertarik adalah dengan bergerak mendekati seorang wanita. Jika wanita tidak merasakan hal yang sama dia akan memberikan sinyal dengan membalik tubuhnya.

Persepsi ruang adalah hal yang dinamis sebab ia terkait dengan aksi-apa yang dapat dilakukan dalam ruang yang ada dibanding dengan apa yang terlihat secara pasif. Sensasi ruang manusia disebabkan dua gagasan keliru, yaitu: (1) untuk setiap efek terdapat penyebab tunggal dan dapat dikenali, dan (2) batasan manusia dimulai dan diakhiri oleh kulitnya. Sebelumnya maka perlu dipahami tentang perilaku manusia, termasuk jenis-jenis kepribadian. Tidak hanya introvert dan ekstrovert, otoriter atau egaliter, jenis Apolonian atau Dionisian, dan berbagai corak dan kelas kepribadian. Yang paling sederhana untuk menjelaskan bentuk kepribadian tersebut adalah dengan mengasosiasikannya dengan respon terhadap keintiman, kepribadian, sosial, dan transaksi publik. Beberapa individu tidak pernah mengembangkan fase publik pada kepribadiannya, karenanya, tidak dapat mengisi ruang publik; mereka adalah pembicara atau moderator yang buruk. Ahli kejiwaan mengetahui ada orang yang memiliki gangguan dengan zona intim dan pribadi sehingga tidak mampu berdekatan dengan orang lain.

Kita dapat merasakan seseorang itu dekat atau berjarak, tetapi kita tidak dapat selalu menunjuk dengan tepat apa yang memungkinkan kita untuk mengkategorikan mereka sedemikian. Berbagai hal terjadi seketika, sehingga sulit untuk memilah sumber informasi yang mendasari perilaku kita. Misalnya, kehadiran atau ketidakhadiran sensasi kehangatan dari tubuh orang lain, menandakan batas keintiman dan ketidak-intiman (Hall, 1969:115). Dengan memakai diri sendiri sebagai kontrol dan merekam pola perubahan dari input sensor dapat diidentifikasi titik struktur dalam sistem jarak-rasa. Pada efek, satu identifikasi, satu per satu, isolasi menimbulkan sejumlah konstitut zona keintiman, pribadi, sosial dan publik.

Gambar Dimensi Ruang Pribadi Edward T. Hall

Figure 9 Zone distances



Sumber: www.iwaha.com, sesuai Hall, *The Silent Language*, 1959 (dalam Samovar, 1991:218)

Menurut Hall, jarak pada zona tersebut dapat dirinci sebagai berikut: 1) Zona Intim, yaitu zona intim-fase dekat dan zona intim-fase jauh (6-9 inchi), 2) Zona Pribadi, yaitu zona pribadi-fase dekat (1,5-2,5 feet) dan zona pribadi-fase jauh (2,5-4 feet) 3) Zona Sosial, yaitu zona sosial-fase dekat (4-7 feet) dan zona pribadi-fase jauh (7-12 feet), dan 4) Zona Publik, yaitu zona publik-fase dekat (12-25 feet) dan zona publik-fase jauh (>25 feet).

Konteks komunikasi antarpribadi yang diteliti adalah dalam medium media sosial, yang termasuk dalam media *online*. Pemahaman *Online Proxemics Theory* karenanya terkait dengan pemahaman individu terhadap pemaknaan ruang dalam media *online* sebagai *setting* sosial dalam interaksi antarpribadi. Menurut Samovar (1991:213), pesan dalam

komunikasi non verbal merupakan variabel eksternal yang tidak dapat dimanipulasi. Sebagai variabel eksternal, pesan dalam komunikasi non verbal digunakan oleh komunikator maupun komunikan baik secara sadar maupun tidak sadar. Selain faktor ruang, Samovar menjelaskan adanya faktor waktu dan keheningan yang digunakan seseorang sebagai caranya berkomunikasi. Faktor ruang dalam hal ini lebih terkait dalam penelitian ini yang terkait dengan *Online Proxemics Theory* atau *Virtual Proxemics*.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma interpretive, yang memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap para pelaku sosial dalam *setting* sehari-hari yang alamiah agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku tersebut menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka.

Secara epistemologi dalam paradigma interpretive, pemahaman suatu realitas merupakan produk interaksi peneliti dengan yang diteliti. Hubungan dekat antara yang meneliti dengan yang diteliti, sehingga perlu dilakukan melalui wawancara mendalam. Secara metodologi, penelitian ini menekankan *empathy* dan interaksi dialektis antara peneliti, responden untuk mengkonstruksi realitas yang diteliti melalui metode observasi atau *participant observation*.

Untuk memperoleh gambaran tentang interaksi komunikasi diadik tentang pemenuhan harapan ketika berbagi solusi hidup sesama pengguna media sosial melalui *Expectation Violation Theory (EVT)* maka digunakan strategi penelitian Fenomenologi. Fenomenologi adalah gerakan sejarah oleh para sarjana di Eropa yang tertarik dalam menciptakan sebuah pendekatan filsafat yang berfokus pada pengalaman sadar fenomena yang dikontekstualisasikan dalam dunia individu yang mendiaminya. Dalam bentuk yang paling dasar, fenomenologi adalah studi tentang esensi, atau pengalaman hidup seseorang dalam dunia kehidupannya sebelum ini akan dikategorikan atau berteori. Dengan demikian, fenomenologi sebagai pendekatan filosofis dan metodologis lebih memfokuskan pada deskriptif daripada preskriptif (Littlejohn, 2010:749). Fenomenologi berasal dari kata *phenomenon*, yaitu kemunculan sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung : semua pengetahuan akan dunia, bahkan pengetahuan ilmiah saya, diperoleh dari pengalaman akan dunia (Maurice Merleau Ponty). Pada fenomenologi pengalaman nyata merupakan data pokok sebuah realitas.

Dalam strategi fenomenologi, ada beberapa langkah yang harus dijalankan: 1) *Articulating the philosophical basis of study*, fenomenologi didahului dengan diskusi tentang filosofi yang menopang; 2) *Bracketing assumptions*, seperangkat asumsi tentang fenomena yang hendak diamati perlu disusun sebagai suatu konsepsi dasar, untuk memperoleh pemahaman tentang pengalaman obyek yang diamati; 3) *Focusing on a main phenomenon*, fenomenologi adalah metode yang menitik beratkan pada pengalaman obyek yang diteliti sebagai bagian dari fenomena; 4) *Working with small samples*, fenomenologi hendak menelusuri pengalaman dan pengetahuan yang mendalam dari obyek yang diteliti terhadap suatu fenomena.; 5) *Applying thematic data analysis*, tujuan akhir penggunaan metode fenomenologi adalah menyajikan data yang mendalam, penggambaran yang analitis (semua sudut pandang) dari fenomena yang diamati.

Menurut Colaizzi (1987) analisis tematis dalam penelitian fenomenologi yang berada dalam *pengalaman nyata* responden, dilakukan dengan tujuh tahap: 1) *Listen the narratives*; 2) *Focus only on the phrases and sentences*; 3) *Formulating meaning*; 4) *Repeat process for each interviews*; 5) *Provide a detailed analytic description of participants*; 6) *Attempt to formulate an exhaustive description of the phenomenon*; 7) *Member check, for validates their original experiences* (Daymon & Holloway, 1987: 150).

Penelitian ini melakukan studi kualitatif yang bersifat deskriptif dengan paradigma *interpretive*. Hymen (1960) dan Seltiz (1962) menyatakan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu. Penggambaran ini dapat dijelaskan secara akurat apabila dilakukan pada observasi dan suasana ilmiah, dimana peneliti bertindak sebagai pengamat yang terjun langsung di lapangan. Karenanya pendekatan penelitian dengan studi kualitatif merupakan pendekatan yang

paling tepat. Hal ini mengacu pada pernyataan Silverman (1994) *Seeing through eyes of... or taking the subject's perspective... understanding actions and meanings in their social context* dengan menggunakan konsep *methodology empathy* dari Singleton (1988), yang menjelaskan *"to get an insider's view of reality"*.

Penelitian kualitatif dimulai dari topik yang umum ke khusus (induktif), dalam hal ini peneliti memerlukan informasi yang cukup namun tidak mengikat dan terus menerus berkembang selama kegiatan penelitian berlangsung. Tempat atau lokasi penelitian adalah latar alamiah, yaitu tempat terjadinya peristiwa yang hendak diteliti. Dalam hal ini, lokasi penelitian adalah pada website atau media *online* itu sendiri, yang dapat diakses oleh peneliti sebab peneliti di sini berfungsi sebagai instrumen penelitian.

Untuk mendukung tujuan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *Basic Research* ini, maka sampel yang diambil diarahkan tidak pada jumlah sampel yang besar, melainkan pada kasus-kasus tipikal sesuai kekhususan masalah penelitian. Menurut Sarantakos (1993), sampel teoritis mengambil data dengan dikendalikan oleh konsep-konsep (pemahaman-pemahaman teoritis) yang muncul dan berkembang sejalan dengan pengambilan data itu sendiri. Gagasan-gagasan teoritis mengendalikan proses pengumpulan data. Pada titik jenuh data—yaitu, ketika tidak ada gagasan baru yang muncul—penarikan sampel pun berhenti, karena penambahan data dianggap tidak lagi memberikan tambahan informasi baru dalam analisis (Sarantakos, 1993). Dalam hal ini, sampel penelitian adalah orang-orang yang pernah memiliki pengalaman melakukan *curhat online* tentang masalah yang dianggap tabu oleh masyarakat. Sampel juga memiliki kriteria dapat berkomunikasi secara baik. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam dengan obyek, dan data sekunder melalui observasi, keduanya melalui kegiatan melihat, mendengar, berdialog dan mencatat.

Tipe *interview* yang digunakan adalah *semi structured*, dimana peneliti mengarahkan *interview* pada topik atau isu tertentu. Fokus *interview* adalah menemukan keterkaitan suatu topik atau isu. Pertanyaan *interview* lebih pada tipe *experience and feeling questions*. Penyimpanan informasi dilakukan langsung secara *online* dan di print, dengan pencatatan langsung hal-hal penting yang relevan dengan topik setelah *interview*. Hasil transkrip yang dibuat perlu dilakukan pengecekan dalam *interview*.

Tipe observasi yang digunakan adalah *observer as partisipan*, dimana peneliti menjalankan perannya sebagai pengamat dan terlibat secara terbatas pada obyek yang diamati. Proses observasi dilakukan pada awal riset, dengan membaca berbagai *curhat online* di internet. Hasil observasi perlu dicatat sesegera mungkin, karena terkait dengan keterbatasan daya ingat dan banyaknya obyek yang diamati. Apa yang dirasakan dan dipikirkan oleh peneliti juga harus dimasukkan dalam pencatatan.

Prioritas utama pemeriksaan data setelah melakukan *field work* adalah memisahkan data sesuai *goodness quality criteria*. *Coding* dilakukan untuk mengumpulkan kegiatan yang dinyatakan berbeda, namun memiliki karakteristik serupa dalam kode yang sama. *Coding* yang tepat akan memudahkan peneliti menemukan pola teratur dari realitas yang diamati secara sistematis, sehingga akan bermanfaat dalam memudahkan pelaksanaan analisa data. Bagian akhir dari pengolahan data adalah penulisan laporan berdasarkan hasil analisa data dengan sistematika logis, berurutan dan ringkas.

Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian

Fenomena-1:
Perubahan pemahaman individu tentang batasan ruang publik dan ruang privat.

PERMASALAHAN PENELITIAN
Maraknya persoalan pribadi yang dulu dianggap tabu diketahui orang lain, kini ditulis dalam status di media sosial menjadi konsumsi publik.

Fenomena-2:
Pergeseran komunikasi antarpribadi menjadi komunikasi kelompok/massa stlh munculnya media sosial.

KONSEP PEMIKIRAN
Tekanan untuk memberikan atau menyimpan informasi (dialektika) tentang masalah keluarga di media sosial kian marak dilakukan (CBM).
Tiap individu dg latarbelakang keluarga tertentu memiliki gaya komunikasi sendiri (BMT).
Persepsi Ruang dalam Komunikasi (Teori *Proxemics*)

STRATEGI PENELITIAN
Fenomenologi, yaitu mendapatkan makna yang diperoleh melalui pengalaman individu.

PERMASALAHAN PENELITIAN
1. Mengapa ada tekanan untuk sharing masalah internal di media sosial?
2. Bagaimana tekanan individu untuk membuka atau menutup informasi tentang keluarga di ruang publik?
3. Bagaimana persepsi individu tentang jarak zona publik dan zona privat?

OPERASIONALISASI
1) Diskusi mendalam dengan pertanyaan semi terstruktur kpd 3 orang yang aktif *curhat* di media sosial, mewakili 3 kelompok keluarga.
2) Observasi

METODE PENGUMPULAN DATA
Indepth Interview (Wawancara Mendalam) terhadap narasumber yang memiliki pengalaman *curhat online*.

TEMUAN
Dorongan untuk *releasing stress* secepatnya difasilitasi media sosial *mobile*. Namun, keterbatasan media sosial yang berwujud virtual dan grafis sehingga kurang memberikan kepuasan dan jalan keluar dibandingkan dengan *curhat* secara langsung.

PENGOLAHAN DATA
-Verbatim
-Open Coding
-Axial Coding
-Selective

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Dorongan untuk membuka diri terhadap publik terjadi karena adanya desakan individu untuk melepaskan kesesakan atau *stress release* akibat masalah yang diterima dalam kehidupan sehari-harinya. Kesadaran tentang ruang publik dalam media sosial disadari oleh mereka yang berasal dari keluarga dengan tingkat komunikasi yang baik, sehingga memiliki kemampuan untuk membatasi dirinya ketika berinteraksi di media sosial. Hal ini untuk menjaga pandangan publik terhadap keluarga mereka. Mereka yang berasal dari keluarga dengan tingkat komunikasi yang rendah akan berupaya mencari kompensasi untuk mencurahkan perasaan mereka pada status-status di media sosial tanpa merasa perlu untuk dibatasi.

Artinya, individu yang gemar melakukan *curhat online* tentang hal-hal yang pribadi di ruang publik itu ditekan oleh kondisi dimana tidak ada kesempatan baginya untuk berkomunikasi dengan keluarga di rumah. Untuk sampai pada kesimpulan thesis, penelitian ini akan melakukan wawancara mendalam kepada tiga narasumber yang sering melakukan *curhat online*. Pertanyaan penelitian didasari dari konseptualisasi teori yang telah dijelaskan dalam Proposal Penelitian.

Dengan tipe wawancara semi struktur, maka penelitian ini mengikuti garis besar *script* sebagai berikut:
PERTANYAAN AWAL: *Media online* apa yang Saudara ketahui? *Media online* apa yang biasa Saudara gunakan? Sebutkan. *Media sosial* apa yang biasa Saudara gunakan? Sebutkan.

PERTANYAAN PENELITIAN: COMMUNICATION BOUNDARY MANAGEMENT (CBM). Hal-hal apa yang biasa Saudara bicarakan di *media online*? Mengapa hal-hal tersebut biasa dibicarakan di *media online*? Hal-hal apa saja yang tidak biasa Saudara bicarakan di *media online*? Mengapa hal-hal tersebut tidak biasa dibicarakan di *media online*?

EXPECTANCY VIOLATION THEORY (EVT) Hal-hal apa yang Saudara dapatkan dengan *curhat* di *media online*/ medsos? Mengapa? Hal-hal apa yang Saudara tidak bisa dapatkan dengan *curhat* di *media online*/ medsos? Mengapa? Kapan Saudara *curhat* di medsos? Kapan Saudara melakukan *curhat* secara langsung? *Curhat* di mana yang paling pas untuk mengungkapkan perasaan Saudara? Mengapa demikian?

FAMILY BOUNDARY MANAGEMENT (FBM). Dengan siapa biasanya saudara *curhat* di media sosial? Dengan siapa biasanya saudara *curhat* di keluarga? Apakah ada orang lain yang Saudara rasa nyaman untuk *curhat*? Mengapa?

PROXEMIC THEORY Mengapa Saudara memilih *curhat* di media sosial daripada langsung dengan keluarga/orang tertentu itu? Ketika bicara di media sosial, apakah Saudara yakin itu juga dibaca orang lain? Bagaimana respon saudara apabila status Saudara di media sosial direspon oleh orang yang kurang dikenal atau tidak Saudara sukai? Apakah Saudara senang apabila bisa *curhat* dengan teman-teman di media sosial? Hal-hal apa yang membuat senang? Mengapa? Apakah kesenangan itu bisa diperoleh dengan *curhatan* langsung, misalnya dengan keluarga atau teman dekat?

Dari pertanyaan awal, ketiga responden dapat dikategorikan sebagai pengguna aktif media sosial. Karena itu ketiga responden memenuhi kriteria sebagai narasumber penelitian. Sedangkan hasil wawancara dengan responden di bawah ini merupakan data primer penelitian dan sebagai bahan analisa selanjutnya.

COMMUNICATION BOUNDARY MANAGEMENT (CBM). Hal-hal apa yang biasa dibicarakan di *media online*. Ketiga responden menggunakan media *online* untuk *curhat* tentang masalah sehari-hari yang membuat stress. Alasan hal-hal tersebut biasa dibicarakan di *media online*. Media sosial adalah sarana yang cepat dan mudah untuk dapat mengeluarkan *uneg-uneg* sehingga dapat melepaskan stress. Hal-hal yang tidak biasa Saudara bicarakan di *media online*. Responden 1 dan Responden 3 membatasi komunikasi mereka hanya pada hal-hal umum, sedangkan hal-hal yang bersifat pribadi dilakukan secara terbatas dengan teman dekat melalui *messenger*, *inbox*, atau *inner-cycle*. Responden 2 tidak membatasi percakapan yang bersifat pribadi dan selalu bersedia berkomunikasi bahkan dengan teman yang tidak dikenal. Perubahan berkomunikasi tersebut berubah setelah Responden 3 memiliki teman dekat pria. Alasan hal-hal tersebut tidak biasa dibicarakan di *media online*. Responden 1 dan Responden 3 merasa risih berbicara dengan

orang tak dikenal, dan juga telah dididik orangtua untuk tidak membicarakan masalah keluarga dengan orang lain. Responden 2 yang sehari-hari berada di kamar kostnya, merasa terhibur jika dapat melakukan komunikasi di media sosial baik dengan teman yang dikenal dan tidak dikenal. Intensitas komunikasi telah menimbulkan kedekatan dengan beberapa teman di dunia maya hingga beberapa kali bertatap muka langsung. Responden 2 juga mengakui bahwa dirinya pernah memiliki pacar virtual melalui interaksinya di media sosial.

FAMILY BOUNDARY MANAGEMENT (FBM). Teman *curhat* di media sosial dan di keluarga Responden 1 tinggal dengan adik ibunya, bersama dengan abang dan seorang sepupunya. Namun demikian, hubungan responden dengan tantenya kurang harmonis dan seringkali menjadi salah satu alasan untuk melakukan *curhat online*. Responden 1 sangat terbuka dengan kedua orangtuanya, namun keberadaannya di pulau berbeda membatasi komunikasi melalui telepon. Untuk itu R1 sangat membutuhkan teman-teman dekatnya untuk melakukan komunikasi antar pribadi melalui media sosial. Responden 2 tinggal di rumah kost di belakang kampusnya dan hampir setiap saat merespon media sosial melalui handphone, baik dengan teman yang dikenal dan tidak dikenalnya. Responden 3 tinggal bersama keluarganya yang terdiri dari orangtua, kakak dan adik. Kedekatannya dengan adik membuat R2 tidak terlalu sering *curhat online*. Tekanan orangtua untuk menyimpan hal-hal yang bersifat pribadi dari orang lain juga membatasi dirinya untuk berinteraksi secara terbuka di media sosial. Namun, karena kebutuhan untuk melepaskan ketegangan dengan cepat, R2 juga melakukan *curhat online* tetapi pada media sosial yang dapat menutupi identitasnya. Orang lain yang dirasakan nyaman untuk *curhat*. Ketiga responden merasa nyaman untuk *curhat* dengan teman-teman kampusnya. Bersama teman-teman inilah responden paling sering berinteraksi di media sosial. Namun demikian, ketiga responden juga mengakui bahwa *curhat* di media sosial tidak dapat menyelesaikan masalah mereka dan mereka tidak mendapatkan kepuasan bathin. Ketiga responden lebih menyukai berinteraksi tatap muka secara langsung, sebab dapat melihat reaksi teman bicara hingga dapat merasakan sentuhan yang membantu responden untuk lebih kuat dalam mengatasi masalah yang dihadapinya.

PROXEMIC THEORY. Alasan memilih *curhat* di media sosial daripada langsung dengan keluarga/ orang tertentu. Responden 1 menyukai *curhat* di media sosial dengan teman-teman dekatnya melalui jalur privat. Kegiatan ini dapat memberikan kelegaan dengan lebih cepat daripada menunggu waktu bertemu di kampus. Responden 2 sangat sering melakukan *curhat* di media sosial dari pada langsung dengan keluarganya. Namun kebiasaan tersebut lambat laun mulai dikurangi karena batasan dari pacarnya yang lebih menyukai agar R2 berbicara dengannya daripada di media sosial dan dibaca orang lain. Responden 3 menyukai berbicara di media sosial yang dapat merahasiakan identitasnya, namun lebih menyukai *curhat* secara langsung setiap hari dengan adiknya atau setiap akhir pekan dengan keluarganya. R3 menyukai *curhat* di media sosial untuk mengisi waktu luangnya hingga dia dapat berbicara langsung dengan adik, teman atau keluarganya. Pengetahuan bahwa media sosial adalah ruang publik. Ketiga responden sangat yakin orang lain dapat membaca hal yang ditulis di media sosial. Respon oleh orang yang kurang dikenal atau tidak disukai di media sosial. Baik responden 1 maupun responden 2 tidak menyukai respon dari orang yang tidak atau kurang dikenal. Biasanya respon ini tidak dibalas mereka karena mereka merasa risih, dan beberapa status yang kemudian disadari kurang baik dihapus untuk menghindari respon dari orang-orang yang tidak berkenan pada mereka. Sedangkan responden 3 selalu menyukai respon teman-teman di media sosialnya. Respon kepada teman yang dikenal akan lebih panjang dan disertai emoticon.

Hal-hal apa yang membuat senang melakukan *curhat* di media sosial. Responden 1 menyukai *curhat online* dengan teman-temannya, karena mereka membantu memberikan masukan atau nasehat, misalnya untuk bersabar, berdoa dan sebagainya. Responden 2 sangat menyukai *curhat online* baik dengan teman yang dikenalnya maupun kurang dikenalnya. Mendapatkan respon meskipun tidak relevan dengan statusnya memberikan kesenangan, sebab dia memiliki teman untuk mengisi hari-harinya di tempat kost. Responden 3 kurang menyukai *curhat* di media sosial umum, dan hanya melakukan *curhat* di media sosial Secret. Hal yang membuatnya senang adalah dia bisa membuat berbagai status yang menjadi masalah pribadinya tanpa diketahui oleh siapapun, dan kemudian dia juga bisa mendapatkan respon dari orang lain yang tidak dikenalnya dan tidak memiliki identitas. Hal yang membuat senang adalah dia dapat membuka

handphonenya dan mengetikkan sesuatu di sana. Perbedaan kesenangan yang diperoleh dengan *curhatan online* dengan *curhatan* langsung pada keluarga atau teman dekat? Menurut responden 1 dan responden 3, kesenangan *curhat online* tidaklah seperti *curhat* secara langsung. *Curhat* secara langsung memungkinkan mereka untuk mendapatkan *curhat online* dari lawan bicara hingga sentuhan yang dapat menenangkan hati dan pikiran yang penuh masalah.

Responden 2 pada awalnya lebih menyukai *curhat online* daripada langsung, meskipun pernah beberapa kali mendapatkan masalah karena ada teman kelasnya yang merasa tersindir dengan statusnya. Namun setelah memiliki kekasih, ia lebih menyukai untuk *curhat* kepada kekasihnya tersebut. Dengan *curhat online* dia memang mendapatkan teman-teman baru yang kemudian seperti saudaranya, tetapi dengan *curhat* kepada kekasihnya dia mendapatkan rasa sayang dan sentuhan yang lebih menentramkan dirinya.

DISKUSI

Untuk menjawab pertanyaan penelitian maka diperoleh hasil penelitian terkait dengan ketiga teori yang digunakan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut: Individu melakukan dialektika keluarga di media sosial (ruang publik) karena mudah dijangkau seketika mereka memerlukan tempat untuk komunikasi antar pribadi. Hal ini sangat sering dilakukan oleh individu dengan mode komunikasi keluarga *laissezfaire*. Sedangkan individu dengan model komunikasi keluarga *consensual* dan *pluralistic* cenderung dapat menahan diri dalam melakukan dialektika keluarga di media sosial, dan melakukan komunikasi antar pribadi dengan anggota keluarga secara privat.

Tekanan untuk membuka informasi tentang permasalahan individu di media sosial disebabkan adanya kebutuhan individu untuk segera melepaskan ketegangan (*releasing stress*). Pada individu dengan mode *laissezfaire*, tekanan untuk berdialektika hal pribadi di ruang publik lebih tinggi dari pada menyimpan hal tersebut. Keterbatasan komunikasi dengan anggota keluarga menjadikan media sosial sebagai sarana melepaskan ketegangan sehari-hari melalui komunikasi antar pribadi dengan teman baru yang dapat ditemuinya secara virtual. Pertemanan virtual menjadi realitas manakala kebutuhan komunikasi antar pribadi terpenuhi. Ketiga individu menyadari bahwa media sosial tidak dapat memberikan solusi bagi permasalahannya, tetapi dapat membantu melegakan pikiran melalui komunikasi antar pribadi dengan teman-temannya. Strategi komunikasi yang dilakukan mulai dari mencari perhatian teman melalui status di media sosial (ruang publik), yang kemudian mendapatkan respon dalam *inner-circle* (ruang privat/kelompok).

Persepsi ruang dalam proses dialektika keluarga di media sosial dipahami sebagai zona publik oleh individu dengan orangtua yang harmonis. Meskipun berbeda kota, pola komunikasi antar anggota keluarga tetap terjaga dengan baik dengan adanya keterbukaan dan didikan orangtua untuk menjaga nama baik keluarga. Kebutuhan *curhat* tetap terpenuhi dengan pembatasan ruang publik dan ruang privat pada media sosial tersebut secara sadar. Namun pada individu dengan pola komunikasi antar keluarga yang kurang harmonis, individu cenderung mengabaikan persepsi ruang publik media sosial karena kebutuhan komunikasi yang sangat tinggi tidak dapat diakomodir oleh anggota keluarga.

KESIMPULAN

Persepsi ruang publik dan ruang privat dalam dialektika manusia di jejaring sosial, ternyata adalah bentukan orangtua atau orang yang dihormati. Persepsi yang tertanam tersebut memberikan tekanan pada individu untuk membagikan atau menyimpan informasi, dalam hal ini adalah informasi tentang keluarga yang cakupannya ada dalam ruang keluarga.

Kedaulatan memang hak individu yang memiliki kekuasaan tertinggi dalam hidupnya, dimana individu juga memiliki untuk berbicara tentang berbagai hal. Namun hak tersebut juga sekaligus memberikan hak orang lain untuk melakukan hal yang sama. Dalam hal ini kesadaran individu untuk menjaga 'kekuasaan berbicara' dari dirinya dan orang lain menjadi sangat penting ketika berada di ruang publik.

Penelitian ini menyarankan agar tiap keluarga seyogyanya menyediakan ruang komunikasi keluarga untuk mengakomodir kebutuhan individu terutama remaja dalam kebutuhan komunikasi antarpribadi-nya. Dengan adanya ruang privat di keluarga akan meminimalisir kebutuhan remaja untuk memposting hal-hal yang tidak patut dalam ruang publik, dengan tersedianya wadah untuk menyalurkan emosi dan ketegangan hidup mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Burgoon, Judee K., Lesa A. Stern, Leesa Dillman. (2006). *Interpersonal Adaptation: Dyadic Interactions Patterns*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Daymon, Christine & Immy Holloway. (2010). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Routledge: Google e-Book.
- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna S. (1994). *The Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publication.
- Hall, Edward T. (1969). *The Hidden Dimension*. New York: Random House.
- Griffin, Em. (2012). *A First Look at Communication Theory*. International Edition. NY: McGraw-Hill.
- Gudykunst, William B. Dan Kim, Young Yun. (1984). *Communication with Stranger: An Approach to Intercultural Communication*. McGraw-Hill.
- Hall, Edward T. (1966). *The Hidden Dimension*. New York: Random House.
- Littlejohn, Stephen W. (2005). *Theories of Human Communication*. 8th Ed. AS: Wadsworth Publication.
- Littlejohn, Stephen W. (2002). *Theories of Human Communication*. 7th Ed. AS: Wadsworth Publication.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. AS: Sage Publication.
- Patton, Michael Quinn. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. AS: Sage Publication.
- Salim, Agus. (2001). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial (terjemahan)*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Wood, Andrew F. Dan Matthew J. Smith. (2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture*. AS: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Jurnal:

Hall, Edward T. (1968). *Proxemic*. Chicago: The University of Chicago Press.

Website:

- <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2740724?uid=2&uid=4&sid=21104177486267>, 18 Juni 2014, pukul 21.51 wib.
- <http://www.iwaha.com>, 20 Juni 2014, pukul 10.24 wib.
- <http://www.curbatonline.net>, 21 Maret 2015, pukul 12.15 wib.
- <http://www.jawapos.com/baca/artikel/11702/Curhat-Istri-Selingkuh-di-Internet>, 23 Maret 2015, pukul 20.30 wib.

Tesis:

Tobing, Melati. 2002. *Studi Komparatif Interaksi Komunikasi yang Difasilitasi Ruang dan Waktu pada Karyawan Perusahaan Bank Lokal dan Bank Asing*. Jakarta: Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.

Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)
Sekretariat:
PATIHINDO Building
Jl. Pangeran Antasari No. 45 Cipete
Jakarta Selatan 12150
T. 021-724 1111, F. 07265211
www.iski.or.id

ISBN 978-602-8054-06-2 (J11-3)

