

TRANSFORMASI KOMUNIKASI GENDER DALAM FACEBOOK

Ferly Tanggu Hana

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP UNDANA Kupang

ferlytha@yahoo.co.id

ABSTRAK

Perbedaan komunikasi gender dalam ruang publik dunia nyata dan ruang publik virtual menarik untuk diteliti. Hal itu dikarenakan banyak hal yang berbeda dalam komunikasi dunia nyata dan virtual. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui formalitas komunikasi dan ruang publik virtual gender dalam Facebook, Transformasi Komunikasi Nonverbal gender dalam Facebook dan Komunikasi tekstual gender melalui status *Facebook*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, sedangkan teknik pengumpulan data melalui FGD dan penelusuran akun. Informan penelitian adalah Pengguna *Facebook* laki-laki dan perempuan dari berbagai usia yang dipilih dengan teknik *sampling purposif*. Beberapa temuan penelitian ini yakni tidak ada perbedaan gender dalam pemanfaatan ruang publik virtual *Facebook* dikarenakan setiap orang memiliki peluang yang sama untuk berkomunikasi di *Facebook*; paralinguistik elektronik dalam *Facebook* tidak mampu mengganti komunikasi nonverbal dalam tatap muka, yang identik dengan komunikasi perempuan; Pengungkapan diri dalam komunikasi tekstual laki-laki berdimensi luas sedangkan perempuan berdimensi dalam.

Kata kunci: *Facebook, Komunikasi, Virtual, Gender*

ABSTRACT

It is interesting to study the difference of gender communication in public in the real world and virtual world. The reason is there are many different things of communication between those two worlds. The aim of this study was to find out the communication formality and virtual public space of gender on Facebook, the transformation of nonverbal communication of gender on Facebook and gender textual communication through Facebook status. This study used a qualitative approach with a phenomenological method, and data collection techniques through focus group discussions and exploring Facebook account. Informants of this study were Facebook users, male and female, who are selected with purposive sampling technique. Some findings of this study showed that there are no gender differences in the utilization of virtual public space of Facebook because everyone has the same opportunity to communicate on Facebook; electronic paralinguistics in Facebook are not able to replace face-to-face nonverbal communication, that is synonymous to female communication; Self-disclosure dimensions of male's textual communication is breadth while female's is depth

Keywords: *Facebook, Communication, Virtual, Gender*

PENDAHULUAN

Dunia komunikasi telah mengalami perkembangan yang signifikan. Seperti kita ketahui, komunikasi yang terjalin saat ini bukan hanya berlangsung secara virtual saja tetapi dalam prakteknya juga mampu mengubah cara individu berkomunikasi.

Secara khusus, perubahan cara berkomunikasi yang menarik untuk dikaji adalah komunikasi antara laki-laki dan

perempuan. Keunikan komunikasi laki-laki dan perempuan antara lain terletak pada konsep ruang publik, formalitas komunikasi dan tekstualitas komunikasi. Oleh karena itu penelitian ini akan membahas tentang ketiga hal tersebut diatas. Penulis memandang penelitian ini penting untuk dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang situasi komunikasi gender yang terjadi saat ini sebagai akibat pesatnya perkembangan komunikasi dalam dunia virtual.

Permasalahan Penelitian

Sejumlah peneliti terdahulu telah mengidentifikasi bahwa ada perbedaan dalam komunikasi antara laki – laki dan perempuan. Akan tetapi, penelitian tersebut adalah perbandingan yang dilakukan dalam dunia nyata, sedangkan dalam era modern ini dimana proses komunikasi juga berlangsung secara virtual, tentunya membutuhkan kajian lebih lanjut untuk mengetahui ada atau tidaknya perubahan dalam cara berkomunikasi laki – laki dan perempuan. Penelitian ini hanya difokuskan pada komunikasi virtual dalam media sosial *Facebook*.

Pertanyaan Penelitian

Bagaimanakah transformasi komunikasi gender dalam *Facebook*?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui transformasi komunikasi gender dalam *Facebook*.

TINJAUAN PUSTAKA

Perbedaan Gaya Komunikasi Gender

Dalam berbagai penelitian, perempuan dan laki-laki memiliki kosakata yang berbeda, salah satu penyebabnya adalah sosialisasi mereka yang berbeda khususnya minat mereka yang berlainan dalam berbagai aspek kehidupan (Mulyana, 2013: 314). Hasil riset menunjukkan bahwa gaya komunikasi perempuan dan laki – laki berbeda, antara lain dalam hal – hal seperti dibawah ini (Liliweri, 2011: 372) :

1. Perbedaan tentang siapa berbicara lebih banyak
 - a. Laki-laki lebih banyak berbicara daripada perempuan dalam situasi kelompok formal
 - b. Laki-laki biasa membiarkan perempuan berbicara lebih banyak jika suasana berubah menjadi informal

- c. Laki-laki dan perempuan yang memiliki keahlian yang sama jika diberi kesempatan berbicara di depan umum, maka laki – laki cenderung berbicara lebih banyak atau lebih lama daripada perempuan
 - d. Laki – laki berinisiatif dalam interaksi dan menciptakan komunikasi daripada perempuan
2. Pola komunikasi dalam pertemuan formal dan informal
 - a. Dalam pertemuan formal, laki-laki “lebih kuat” menunjukkan status sosial didepan umum daripada perempuan
 - b. Pada umumnya jumlah waktu perempuan untuk bertanya kepada sesama perempuan lebih banyak daripada laki-laki
 - c. Ketika suasana pertemuan dengan audiens sangat informal dan membutuhkan dan membutuhkan kolaborasi maka perempuan lebih luwes berkomunikasi daripada laki-laki
 - d. Perempuan lebih mampu menampilkan percakapan informal yang bertujuan menemukan kesatuan pendapat atau menyelesaikan pembicaraan yang kerap kali tumpang tindih

Dimensi pengungkapan diri gender

Sheldon menyatakan bahwa untuk dapat berinteraksi di *Facebook*, pengguna akun harus membuka diri (2013: 88). Ada dua dimensi dalam membuka diri yakni dimensi *luas* dan *dalam*. Dimensi *luas* merujuk pada kuantitas keberagaman topik yang dibahas dalam sebuah hubungan, sedangkan dimensi *dalam* merujuk pada derajat keintiman yang menuntun pada topik yang dibahas. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aries dan Johnson (1983), Buhrke dan Fuqua (1987) serta petronio (2002), sebagaimana dikutip oleh Sheldon (2013: 89), menyebutkan bahwa perempuan mendiskusikan topik – topik

secara intim dengan teman – temannya lebih sering dan lebih dalam dari yang dilakukan kaum pria. Hasil penelitian tersebut merujuk pada penyingkapan diri saat bertatap muka. Sheldon mengungkapkan bahwa di dunia maya, perempuan menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan *Facebook*. Senada dengan hal tersebut, Haferkamp, Eimler, Papadakis dan Kruck menyampaikan bahwa perempuan lebih banyak menggunakan situs-situs jejaring sosial untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain (Sheldon, 2013: 90).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data (Kriyantono, 2012: 56). Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, tetapi menekankan pada persoalan kedalaman atau kualitas data. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode fenomenologi. Orleans (dalam Ardianto, 2014: 67) menjelaskan fenomenologi adalah instrumen untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan kehidupan sosialnya. Fenomenologi juga berupaya mengungkap bagaimana aksi sosial, situasi sosial dan masyarakat sebagai produk kesadaran manusia. Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas (Morissan, 2014: 31).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik – teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. *Focus group discussion* (FGD)

FGD adalah sebuah metode dimana peneliti memilih orang – orang yang dianggap mewakili sejumlah publik atau populasi yang berbeda (Kriyantono, 2012: 63). Teknik ini digunakan untuk mengungkapkan pemaknaan dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu (Ardianto 2014: 63).

2. Observasi / penelusuran akun

Selain melakukan FGD, peneliti juga melakukan observasi terhadap akun *Facebook* para informan untuk memperoleh informasi pendukung sekaligus melihat langsung aktivitas dan membandingkannya dengan jawaban yang diperoleh dari hasil diskusi.

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan melalui FGD dan observasi selanjutnya dianalisis. Moleong (dalam Ardianto, 2014: 217) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Langkah – langkah analisis data dapat diurutkan sebagai berikut (Ardianto, 2014: 216) :

1. Mereduksi data
2. Menyajikan data
3. Mengambil kesimpulan dan verifikasi
4. Menganalisis data
5. Membuat lembar rangkuman

Informan

Informan dalam penelitian ini merupakan pengguna *Facebook* yang berjumlah enam orang, terdiri dari tiga orang laki – laki dan tiga orang perempuan yang dipilih dengan teknik *sampling* purposif. Para informan ini dipilih dengan mengikuti beberapa kriteria yang ditetapkan peneliti sebagai berikut:

1. Memiliki akun *Facebook*.
2. Mengunjungi atau memiliki aktivitas komunikasi di *Facebook* minimal sekali

seminggu selama 3 bulan terakhir. Kriteria ini digunakan untuk menjamin kontinuitas dan kebaruan data serta mempermudah informan mengingat aktivitasnya dalam *Facebook*.

3. Berusia 18 – 34 tahun. Kriteria ini digunakan karena pengguna Facebook terbesar berada pada rentang usia ini (www. Scribd.com, 2014)
4. Berjenis kelamin laki – laki dan perempuan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Kupang, provinsi NTT pada bulan Juni 2015.

HASIL PENELITIAN

Komunikasi informal dan ruang publik virtual dalam Facebook

Sejumlah peneliti komunikasi gender menjelaskan bahwa gaya komunikasi laki – laki dan perempuan berkaitan dengan situasi formal dan informal. Tentunya fenomena media sosial yang kaya dengan konteks komunikasi informal menjadi topik yang menarik untuk dikaji dari sudut pandang teori-teori tersebut. Habermas mengatakan bahwa keberadaan internet telah memperluas sekaligus memfragmentasi konteks komunikasi. Meski dalam kasus tertentu ia memiliki pengaruh terhadap kehidupan intelektual, namun disisi lain keberadaan internet membangun komunikasi yang nonformal (Nasrullah 2014: 109). Pernyataan Habermas ini juga dibenarkan oleh para informan. Mereka mengatakan bahwa komunikasi yang dibangun melalui akun *Facebook* bersifat informal, dimana mereka memformulasikan kalimat dengan lebih santai dan tidak terikat dengan aturan layaknya dalam situasi formal.

Jika dalam dunia nyata interaksi informal membuat partisipasi komunikasi perempuan lebih intens, hal yang sama tidak terlihat saat mereka berkomunikasi melalui

Facebook. Para informan perempuan mengatakan bahwa walaupun komunikasi di *Facebook* bersifat informal dan bebas, tetapi proses komunikasi tidak terjadi secara spontan sebagaimana yang terjadi di dunia nyata. Hal ini dikarenakan mereka harus menggunakan perangkat teknologi (*smartphone* / komputer) terlebih dahulu. Interaksi barulah berlangsung *real-time* saat mereka terhubung dengan perangkat teknologi. Seorang informan perempuan yang sudah berkeluarga bahkan menceritakan bahwa frekuensinya menggunakan *Facebook* yang kian berkurang membuatnya tidak melihat komunikasi melalui *Facebook* sebagai komunikasi informal yang sama seperti di dunia nyata. Kenyamanan berkomunikasi justru dirasakan saat berada di dunia nyata karena bisa memberikan dan menerima respon langsung tanpa alat bantu apapun. Liliweri mengungkapkan bahwa hilangnya salah satu komponen efektivitas komunikasi antarpersonal dalam media sosial, termasuk umpan balik langsung dan respon, menuntut peningkatan ketrampilan memilih dan menggunakan kata-kata untuk menebus isyarat lain yang diabaikan (Liliweri, 2015: 331). Berbeda dengan informan perempuan, informan laki – laki memandang komunikasi informal yang diterapkan saat menggunakan *Facebook* tidak serta merta menghilangkan sisi maskulinitas mereka dalam berkomunikasi dikarenakan eksistensi diri dalam bentuk yang lebih flexibel / tidak kaku justru muncul saat berinteraksi secara informal melalui *Facebook*. Situasi ini menggambarkan bahwa gaya komunikasi informal di dunia nyata yang identik dengan kaum perempuan juga telah digunakan oleh laki-laki saat berkomunikasi menggunakan media sosial khususnya *Facebook*.

Fakta ini tentunya bertentangan dengan pernyataan tentang perbedaan gaya komunikasi antara laki – laki dan perempuan yang dijelaskan pada bab sebelumnya dimana

laki – laki disebut sebagai pelaku komunikasi yang mendominasi pembicaraan formal / di depan umum / publik. Ruang publik pun kini diperdebatkan karena kehadiran ruang siber atau *cyberspace* menyediakan “ruang publik baru” yang disebut dengan ruang virtual (Jones dalam Nasrullah 2014: 107). Berbeda dengan ruang publik di dunia nyata ataupun media tradisional, realitas di ruang siber menjadikan internet sebagai ruang terbuka bagi siapa saja (tidak hanya laki-laki) untuk berinteraksi atau sekadar mengkonstruksi diri. Konteks ruang publik dalam *Facebook* bisa dilihat dari keberadaan *wall* atau dinding sebagai tempat pengguna menyampaikan ide, mempublikasikan pendapat atau menginformasikan suatu realitas (Nasrullah 2014: 108). Terkait hal ini, temuan pada penelitian yang diungkapkan oleh para informan laki-laki yakni ekspresi ketegasan yang menunjukkan sisi maskulin mereka terbentur dengan batasan komunikasi *Facebook* yang hanya mengandalkan teks. Seorang informan laki – laki mencontohkan saat akan mengekspresikan perasaan marah terhadap seseorang yang kebetulan merupakan teman *Facebook*nya, dirinya memilih tidak menggunakan *Facebook* karena kata – kata yang dikeluarkan diyakini tidak mewakili perasaan marah yang sesungguhnya dan berimplikasi buruk padanya karena ungkapan marah tersebut bisa diakses pengguna lainnya. Oleh karena itu, Nasrullah mengungkapkan bahwa komunikasi yang disampaikan melalui dinding *Facebook* sebagai *ruang publik baru* hanya sekedar refleksi pengguna saja terhadap suatu realitas (2014: 108). Menanggapi hal ini, Informan perempuan berpendapat bahwa meskipun mereka diasosiasikan sebagai pelaku komunikasi pasif dalam ruang publik dunia nyata namun pandangan itu tidak relevan lagi bila dilihat dari konteks komunikasi yang terjadi pada *Facebook*. Para informan

perempuan menilai *Facebook* merupakan ruang komunikasi publik “milik bersama”, baik bagi laki – laki maupun perempuan. Seorang informan perempuan mencontohkan jika dalam komunikasi nyata, laki-laki sering memulai dan mendominasi pembicaraan di muka umum maka di dalam *Facebook* hal yang sama juga bisa dilakukan oleh perempuan. Nasrullah mengatakan bahwa status sosial, pangkat, jabatan dan sebagainya yang membuat stratifikasi dalam kelas dalam masyarakat nyata tidak berlaku di media siber (2014: 80). Berdasarkan jawaban yang diungkapkan para informan dan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap akun *Facebook* mereka, dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan gender dalam pemanfaatan ruang publik virtual melalui *Facebook*. Berbeda dengan dunia nyata, di dalam *Facebook* laki – laki dan perempuan memiliki peluang yang sama untuk berkomunikasi.

Transformasi Komunikasi Nonverbal di Facebook

Perubahan cara berekspresi dalam *Facebook* juga menjadi sorotan menarik yang muncul dalam penelitian ini. Walther mengatakan perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan *Computer Mediated Communication* (CMC) yakni model yang menerangkan bahwa seluruh komunikasi berpusat atau dimediasi oleh komputer dimana pengirim menyandikan pesan teks yang disampaikan kepada penerima dengan bantuan komputer (dalam Liliweri 2015: 319). CMC memiliki efek yang sangat mendalam pada bagaimana orang berkomunikasi (Fulk & Ryu, Williams & Rice) dan memiliki peluang untuk memperluas dan meningkatkan interaksi tatap muka (Cathcart & Gumpert), sekaligus memungkinkan pertukaran komunikasi menjadi lebih sulit (Bruning dalam Liliweri 2015: 319). Hasil diskusi dengan para

informan menunjukkan bahwa *Facebook* bisa diandalkan sebagai ruang berkomunikasi yang mampu mengatasi persoalan jarak dan waktu, namun menghilangkan bentuk komunikasi nonverbal. Secara khusus bagi perempuan, kondisi ini menjadi tantangan tersendiri karena gaya komunikasi mereka yang khas dalam menjaga hubungan (*rapport talk*) sangat membutuhkan bentuk komunikasi nonverbal. Kehadiran media sosial seperti *Facebook* yang merupakan bagian dari CMC telah mengaburkan bentuk komunikasi nonverbal tersebut.

Para informan perempuan merasa bahwa percakapan dengan hanya menggunakan teks yang terjadi melalui *Facebook* tidak cukup mendalam walaupun sudah disertai dengan ekspresi emoticon (bahasa non verbal elektronik). Salah seorang informan perempuan yang mengaku sangat aktif mengakses *Facebook* (membuka akun lebih dari sekali dalam sehari) mengungkapkan bahwa kebutuhannya akan informasi, berbagi informasi dan mengetahui status teman-temannya bisa di peroleh melalui *Facebook*, namun untuk berlanjut pada komunikasi yang lebih privat dirinya lebih memilih bertatap muka secara langsung. Baginya walaupun *Facebook* bersifat *real-time* tetapi tidak bisa diandalkan untuk mengkomunikasikan hal – hal yang sifatnya serius. Kim dalam Liliweri mengatakan bahwa interaksi antarpersonal sangat mengutamakan pertemuan, percakapan tatap muka dan lebih banyak menggunakan bahasa isyarat nonverbal daripada bahasa tekstual (2015: 321). Kiesler, Zubrow, Musa & Geller menegaskan dimensi relasional tatap muka (yaitu unsur nonverbal) tidak ada pada CMC sehingga sangat membatasi makna relasional. Ikon relasional dalam teks pesan yang dirancang pada CMC (*paralanguage elektronik*), misalnya emoticon sedih ☹ atau bahagia 😊 (Liliweri 2015: 321) yang dimaksudkan untuk menciptakan kehadiran

sosial yang lebih tinggi, ternyata oleh para informan hanya dimaknai sebagai pelengkap teks yang nilainya tidak lebih baik dari kata – kata dalam teks, terutama jika dibandingkan dengan komunikasi nonverbal dalam dunia nyata yang sarat makna. Salah seorang informan laki-laki bahkan menganggap *paralanguage elektronik* tersebut hanya sebagai hiburan tambahan saat menggunakan *Facebook*.

Komunikasi tekstual melalui Status Facebook

Saat peneliti mengajukan pertanyaan tentang konten pada status *Facebook*, terdapat perbedaan jawaban dari informan laki-laki dan informan perempuan. Informan laki – laki menyebutkan status pada dinding akun *Facebook* mereka antara lain berisi informasi dari pemerintah, berita – berita politik dan hukum, informasi lokasi (bandara, restoran, kampus), dan kutipan kata-kata mutiara. Sedangkan informan perempuan mengatakan status *Facebook* mereka antara lain berisi cerita tentang aktivitas yang sedang dilakukan, suasana hati (bahagia, sedih, kagum, dan sebagainya), cerita tentang masalah/pengalaman dan informasi lokasi. Perbedaan status *Facebook* ini dapat dilihat dari dua dimensi pengungkapan diri yang dikemukakan oleh Sheldon (2013: 89), yakni dimensi *luas* dan *dalam*. Berdasarkan perbedaan fokus status pada akun *Facebook* kedua kelompok informan ini, dapat dikatakan bahwa status *Facebook* para informan laki-laki dikategorikan sebagai dimensi *luas* karena topik yang ditampilkan lebih beragam. Sebaliknya informan perempuan mengaplikasikan dimensi *dalam* dimana status mereka bersifat lebih privat dan mendalam karena kerap melibatkan suasana hati mereka.

KESIMPULAN

1. Gaya komunikasi informal didunia nyata yang identik dengan kaum perempuan juga

- telah digunakan oleh laki-laki saat berkomunikasi menggunakan media sosial *Facebook*. Sebaliknya komunikasi di ruang publik dunia nyata yang semula identik dengan laki-laki pun kini juga bisa dimasuki oleh perempuan melalui ruang publik baru yaitu *Facebook*. Dengan kata lain, tidak ada perbedaan gender dalam pemanfaatan ruang publik virtual *Facebook* yang sarat dengan komunikasi informal dikarenakan setiap orang memiliki peluang yang sama untuk berkomunikasi di *Facebook*.
2. Bahasa nonverbal elektronik / paralinguistik elektronik tidak mampu mengganti komunikasi nonverbal yang hilang saat menggunakan *Facebook*, terutama komunikasi perempuan yang bersifat *rapport talk*. Paralinguistik elektronik ini bahkan hanya dianggap sebagai hiburan dan pelengkap teks yang maknanya tidak lebih dari teks itu sendiri.
 3. Dilihat dari sudut pandang pengungkapan diri, komunikasi tekstual laki-laki pada dinding *Facebook* berdimensi *luas* karena hadir dengan beragam topik sedangkan perempuan berdimensi *dalam* karena umumnya status mereka berkaitan dengan diri sendiri atau merupakan ungkapan suasana hati.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morrison. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Ramaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sheldon, P. (2013). *Examining Gender Differences in Self-disclosure on Facebook Versus Face-to-Face*. *The Journal of Social Media in Society* 2(1), Spring 2013, 88-105. <http://www.thejsms.org/index.php/TSMRI/article/> (diakses pada 10 Juni 2015)