

hampir semua informan memang menggunakan media sosial karena faktor lingkungannya, lingkungan yang membentuk mereka lebih banyak menggunakan media sosial daripada berkomunikasi secara langsung.

Hampir semua remaja di desa tersebut mempunyai media sosial, maka dari itu tidak heran jika penggunaan media sosial di desa Karang Kedawang cukup tinggi, satu informan mengatakan menggunakan media sosial hampir setiap saat dan waktu di saat dia sela sela dia sibuk ataupun sedang lenggang rata rata penggunaan media sosial perhari remaja Mojokerto adalah lebih dari 12 jam, ini merupakan angka yang cukup tinggi dalam menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial yang sangat berlebihan seperti ini tentunya dapat berakibat fatal terhadap kinerja para remaja, dan juga mengganggu proses belajar mengajar oleh remaja tersebut jika mereka meneruskannya hingga ke jenjang mahasiswa.

Penggunaan media sosial yang benar akan bermanfaat bagi penggunanya karena Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien.

Media sosial seperti blog, facebook, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran. Media sosial memiliki kelebihan di bandingkan dengan media konvensional, antara lain :

Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

Seluruh aktivitas yang dilakukan oleh pengguna media sosial menunjukkan ada dan tidaknya diri kita. Adanya kita di dunia nyata akan di tunjukkan di dalam dunia maya media sosial, semisal melakukan *update status* itu menunjukkan adanya kita di saat kita beraktifitas, bahkan salah satu informan yaitu Hanum sangat sering melakukan update status , hampir seluruh kegiatan yang dia lakukan penting dan tidak akan dia tampilkan di status media sosialnya, entah itu LINE, BBM, Twitter, Facebook dll, dia merasa semua aktifitas yang dia lakukan tmen tmennya harus tau itu, bak seorang artis yang keman mana selalu di liput dan di ikuti oleh pemburu berita, yang cerita hidupnya layak untuk di ikuti sebaga hiburan atau bahkan sebagai panutan, akan tetapi beda disini ialah, Hanum melakukan itu dengan sendiri tanpa ada pemburu berita yang mengeksposnya, karena dia bukan artis, mungkin saja dia berfikiran bahwa dia seperti artis yang mana kehidupannya selalu di ekspose di depan publik.

Di dalam dunia media sosial penulisan nama account tidak selalu dengan nama aslinya, di dalam media sosial kita bebas untuk memberi nama kita sendiri dengan apapun yang kita mau, hal ini tentunya di lakukan untuk memenuhi keinginan di dunia nyata, yang mana mereka seolah olah ingin mempunyai dua identitas dalam satu individu, sedangkan dengan identitas lain seperti alamat, no telpon, temat pendidikan cenderung asli, akan tetapi tidak sedikit pula yang mengisisinya dengan alamat palsu atau no handphone palsu, karena mereka tidak inginhal pribadinya di ketahui oleh orang lain, yang nantinya akan menyebabkan masalah, dan mengganggu kehidupan nyata.

berbentuk grafik, gambar atau lukisan. Dahulu orang berkomunikasi melalui lukisan gua yang sifatnya piktorial dan visual, lalu diciptakan huruf misalnya huruf Mesir, Cina dan Jepang yang berasal dari gambar. Hingga saat ini muncullah huruf huruf yang dipahami. Nah, kini kita muncul lagi emoticon atau berbagai gambar misalnya dalam SMS, seperti bibir tersenyum dan sebagainya. Ini sebuah perubahan yang kembali pada visual. Misalnya Hanphone dulu menggunakan SMS atau foto untuk menunjukkan menu tersebut. Tapi kini SMS (Short Message Service) menggunakan lambang amplop dan foto menggunakan dengan gambar kamera. Semuanya kembali pada visual atau simbol, Graphic user Interface.

Terjadi dua perubahan signifikan pola komunikasi. Pertama, berkurangnya komunikasi tatap muka. Padahal komunikasi tatap muka cukup penting untuk memahami bermacam bahasa tubuh yang tidak bisa di ungkapkan dalam kata kata saat berbicara. Bahasa tubuh, mimik wajah, intonasi suara yang spontan saat berbicara langsung tatap muka tak dapat tergantikan meski sekarang ada emoticon, menurut saya, tetap saja berbeda. Emoticon akan terbatas dan tidak bersifat spontan. Komunikasi tatap muka akan lebih menemukan ekspresi manusia secara lebih luas lagi.

Komunikasi tatap muka memang semakin berkurang setelah munculnya Media sosial Misalnya, pertemanan dan sosialisasi dngan tetangga cukup menurun ketimbang sebelum adanya New Media. Padahal, komunikasi personal tetap penting, terutama untuk keluarga inisi. Kalau kangen ke orang tua kan pengenn ketemu langsung, apalagi orang tuanya tidak suka pakai Medi sosial. Tapi di

Sementara itu, media sosial yang berdasarkan bakat, minat atau profesi tertentu memiliki sebuah tujuan yang lebih spesifik. Tujuan spesifik tersebut mempengaruhi presentasi diri pengguna. Misalkan dalam media sosial yang khusus untuk mencari pasangan. Tujuan dari media sosial ini adalah untuk mencari atau mendapatkan pasangan. Dengan demikian presentasi diri yang dilakukan melalui foto, deskripsi diri, pekerjaan, dan identitas lainnya yang berkaitan dengan dirinya akan dikonstruksi sesuai dengan harapan untuk mendapatkan pasangan. Begitu pula jika berada pada media sosial yang memfokuskan diri pada berbagi foto dan bidang lainnya.

Dalam media sosial, setidaknya ada dua fase penting dalam presentasi diri yaitu fase awal pengenalan dan fase berteman. Dalam fase awal pertemanan, pengguna akan saling mencari informasi mengenai calon temannya di media sosial. Misalkan di medium Facebook, pengguna melakukan eksplorasi terhadap akun calon temannya baik itu biodata, foto-foto, teman-temannya, update statusnya, bergabung di grup mana, bermain game apa, dan berbagai elemen lainnya. Dengan melakukan ini, pengguna melakukan sebuah proses konstruksi identitas pengguna (siapa dia) lainnya berdasarkan hasil eksplorasi, begitu pula sebaliknya berlaku untuk calon temannya. Sehingga, pengguna secara tidak langsung menyadari bahwa dirinya akan dikenali berdasarkan apa yang ada di akunnya.

Fase berteman merupakan fase yang lebih dinamis karena pengguna dan temannya (atau teman-temannya) sudah memiliki interaksi yang dan impresi awal. Seperti yang telah diutarakan bahwa identitas dalam konteks media sosial akan lebih bersifat dinamis, maka fase berteman akan berpotensi untuk mengubah atau

mempertahankan impresi awal. Hal ini pun sejalan dengan apa yang terjadi pada dunia nyata. Hanya saja, dengan media sosial dinamika perkembangan identitas akan sangat tinggi karena ada media sosial pada umumnya ‘membuat’ pengguna untuk sering memodifikasi akunnya. Ketika modifikasi dilakukan, disitulah potensi untuk terjadinya pergerakan identitas diri.

Selain itu, fase pertemanan yang terjadi di media sosial membuat presentasi diri terkesan lebih kompleks dari dunia nyata. Selayaknya pertemanan di dunia nyata, ada banyak macam pertemanan yang terjadi baik itu pertemanan dalam konteks satu kantor, dalam konteks sahabat satu kelompok, pertemanan dari almamater yang sama, pertemanan karena memiliki bakat dan minat yang sama, dan konteks lainnya. Pertemanan melalui media sosial bisa membuat teman-teman dari berbagai konteks pertemanan untuk saling bertemu satu sama lain. Dalam kondisi yang seperti ini, maka bentuk presentasi diri yang dilakukan oleh pengguna menjadi tidak sederhana. Presentasi diri di kantor dan sesama sahabat akan berpotensi tercampur di dalam media sosial. Pengguna yang bisa saja sangat serius dan tidak banyak berekspresi di kantor akan sangat berbeda ketika berada di media sosial. Presentasi diri yang dilakukan ini akan dilihat oleh teman-temannya yang berasal dari berbagai konteks.

Jika pengguna berada pada media sosial yang perubahan kontennya tidak terlalu dinamis, maka impresi fase perkenalan dan pertemanan tidak terlalu jauh berbeda. Sebaliknya, jika berada pada media sosial yang memungkinkan (atau mengharuskan) perubahan konten yang sangat dinamis, maka fase perkenalan dan pertemanan menjadi sangat dinamis. Sebut saja model *homepage* personal yang tidak terlalu membuat penggunanya untuk melakukan perubahan konten secara

kesederhanaan, keakraban dan humor. Dalam konteks media sosial, strategi jenis ini bisa dilihat secara jelas dengan memberikan apresiasi terhadap foto- foto pengguna lainnya. Bisa juga dengan berbalas-balasan status ataupun *tweets*.

b. Competence

Tujuan dari strategi ini agar dianggap terampil dan berkualitas. Karakteristik umum meliputi pengakuan tentang kemampuan, prestasi, kinerja, dan kualifikasi. Beberapa pengguna media sosial dengan profesi tertentu seperti analis politik akan menggunakan akun media sosialnya untuk memberikan tanggapan mengenai kondisi politik saat ini. Tentu akan diupayakan untuk menunjukkan kompetensinya. Begitu pula dalam media sosial yang fokus ke arah karya seni. Pengguna akan berupaya sebaik mungkin untuk menampilkan karya-karya terbaik di dalam media sosialnya.

c. Intimidation

Pengguna strategi ini bertujuan untuk memperoleh kekuasaan. Karakteristik umum yang dimiliki adalah ancaman, pernyataan kemarahan, dan kemungkinan ketidaksenangan. Tentunya strategi ini bisa dilihat dengan mudah jika membaca akun-akun media sosial pengguna yang mengekspresikan rasa tidak suka atau tidak setuju dengan sangat ekspresif. Bahkan kadang-kadang memberikan kata-kata tertentu yang karakter-karakter nya diganti dengan tanda “*”).

d. Exemplification

Tujuan dari strategi ini agar dianggap secara moral lebih unggul atau memiliki standar moral yang lebih tinggi. Karakter umumnya adalah komitmen ideologis

atau militansi, pengorbanan diri, dan kedisiplinan diri. Dalam media sosial umumnya ini akan dilihat dengan menampilkan foto atau gambar-gambar bersifat nasionalis, atau menggambarkan ideologi tertentu. Pengguna bisa juga memanfaatkan strategi ini dengan memberikan komentar-komentar terkait pemberantasan korupsi, mafia hukum, dll.

e. Supplication

Tujuannya adalah merawat atau tampak tidak berdaya sehingga orang lain akan datang untuk membantu orang tersebut. Karakter dari pendekatan presentasi diri termasuk memohon bantuan dan rendah diri.

Strategi ini bisa terlihat dalam riwayat status atau *tweets* (*Timeline*). Pengguna terkadang menulis: “apa lagi cobaan yang akan datang”, “saya sudah tidak sanggup lagi”, dan beberapa tulisan lain yang mengarah pada menunjukkan dirinya sedang tidak berdaya atau dalam kondisi yang kurang bagus.

Strategi-strategi yang ada ini dipakai bisa dipakai oleh pengguna dalam memodifikasi akun media sosialnya. Implementasi dari masing-masing strategi ini akan bergantung pada kehendak pengguna memodifikasi media sosial yang dimilikinya. Seperti yang telah diutarakan di atas, pengguna bisa menggunakan segala fitur yang ada pada media sosial tertentu untuk mencapai strategi yang ingin dipakai

Terkait dengan karakteristik masing-masing media sosial, maka setiap individu bisa memiliki beberapa akun di media sosial. Misalkan saja seorang individu memiliki akun di Facebook, lalu memiliki akun di Twitter, dan di Wordpress. Hal ini umumnya terjadi sehingga terkesan satu individu bisa menjadi

tiga *virtual self*. Tentunya, memiliki tiga akun sekaligus juga bisa dipandang sebagai sebuah strategi dalam mempresentasikan diri. Akan tetapi, ada satu hal yang perlu digarisbawahi adalah setiap media sosial memiliki karakteristiknya masing-masing sehingga pengguna harus bisa menyesuaikan cara-cara mempresentasikan dirinya sesuai dengan sosok impiannya. Sehingga media sosial sampai pada titik ini merupakan sebuah wadah bagi individu untuk melakukan eksplorasi seara leluasau terhadap presentasi dirinya.

B. Konfirmasi temuan dengan teori

Data yang dihasilkan dari penelitian serta analisis selanjutnya adalah melakukan konfirmasi antara data dengan teori-teori yang relevan ataupun teori teori yang bersebrangan. Dari analisis yang di lakukan di dapatkan bahwa teori yang relevan dengan keadaan adalah teori Konstruksi sosial dan teori tanda.

Dimana teori konstruksi sosial merupakan teori yang menjelaskan tentang bagaimana suatu realitas sosial ini di ciptakan oleh individu itu sendiri. Individu menjadi penentu dalam dunia sosialnya dan kemudian di konstruksikan berdasarkan kehendanya sesuai tingkat kognitif individu tersebut dalam manafsirkan dunia realitasnya. Proses sosial di bentuk melalui tindakan atau interaksi.

Hal ini sejalan dengan rinteraksi individu dalam realitasnya di dalam menggunakan Media sosial. Individu melakukan interaksi sosial dengan sesama pengguna media sosial. Mereka mempunyai kebebasan bertindak sesuai

dengan cara pandangnya masing masing. Ketika melakukan interaksi di dalam media sosial orang orang yang terlibata hanyalah orang orang yang ad di dalam akun media sosial mereka masing masing.

Aktivitas selanjutnya yang dilakukan oleh para remaja tersebut adalah interkasi yang meraka lakukan akan menghasilkan suatu aturan aturan tertentu yang bersifat maya (tidak secara langsung bertemu karena berada di dalam media sosial). Setelah itu individu membangun realitas sosial antara dirinya dengan lingkungan atau orang di sekitarnya sesuai dengan tingkat kognitif masing masing. Realitas individu yang dimaknai sendiri oleh pemilik akun sebagai pencipta realitias sosial kemudian akan terlihat dari aktivitas-aktivitas yang terjadi dalam media sosial, status pada akunnya, chatting, dan aktivitas coment serta profil dan foto profil yang tertulis pada setiap akun media sosialnya masing-masing. Realitas yang telah dimaknai oleh masing masing pemilik akun selanjutnya akan menjadi konstruksi sosial di dalam Media sosial.