BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Pada penelitian ini, untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian maka peneliti menggunakan *crosstab* agar dapat menjawab rumusan masalah. Adapun hasil *crosstab* yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Crosstab* Jenis Kelamin-Gambar Yang Sering Jadi Display

Berdasarkan hasil *crosstab* antara jenis kelamin responden dengan gambar yang sering digunakan untuk *display picture* LINE adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin-Gambar Yang Sering Jadi Display

			Gambar Yang Sering dipakai Display					Total
			Foto pribadi saya	Foto idola saya	Foto orang lain	Pemandangan	Quotes	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	22	7	1	2	12	44
		% within Jenis Kelamin	50,0%	15,9%	2,3%	4,5%	27,3%	100,0%
	Perempuan	Count	23	7	1	2	2	35
		% within Jenis Kelamin	65,7%	20,0%	2,9%	5,7%	5,7%	100,0%
Total		Count	45	14	2	4	14	79
		% within Jenis Kelamin	57,0%	17,7%	2,5%	5,1%	17,7%	100,0%

Sumber: Lampiran 5

Sajian data dalam tabel di atas menunjukkan bahwa banyaknya jumlah responden laki-laki yang menggunakan foto pribadinya sebagai *display picture* LINE sebanyak 22 orang (50,0%), kemudian remaja laki-laki yang menggunakan foto idolanya sebanyak 7 orang (15,9%), remaja laki-laki yang menggunakan foto orang lain sebanyak 1 orang (2,3%), remaja yang menggunakan foto pemandangan sebanyak 2 orang (4,5%) dan remaja laki-laki yang menggunakan foto *quotes* sebanyak 12 orang (27,3%). Sedangkan untuk remaja perempuan yang menggunakan foto pribadi sebanyak 23 orang (65,7%), remaja perempuan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan foto idolanya sebanyak 7 orang (20,0%), remaja perempuan yang menggunakan foto orang lain sebanyak 1 orang (2,9%), remaja perempuan yang menggunkan foto pemandangan sebanyak 2 orang (5,7%) dan remaja perempuan yang menggunakan foto *quote* sebanyak 2 orang (5,7%).

Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa tidak ada perbedaan antara remaja laki-laki dengan remaja perempuan dalam pemilihan gambar yang sering digunakan sebagai *display picture*. Peneliti menemukan bahwa baik remaja laki-laki maupun remaja perempuan sama-sama lebih dominan menggunakan foto pribadinya untuk dijadikan sebagai *display picture* LINE. Hal ini menunjukkan bahwa remaja laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki minat yang sama untuk menggunakan foto pribadi sebagai identitasnya di LINE.

Disini menunjukkan bagaimana perilaku pengguna LINE mengarah pada hal yang positif. Proses komunikasi tentunya diawali oleh komunikator. Penerimaan komunikan terhadap komunikator tidak hanya melulu masalah keahlian tetapi juga menyangkut karakter komunikator yang jujur, tulus, tidak kontroversial, baik dalam bersikap maupun dalam mengemukakan pernyataan. Hal yang terlihat pada data penelitian bahwa dominasi pemilihan foto pribadi sebagai identitas yang secara nonverbal mengkomunikasikan diri mereka menggambarkan karakter pengguna LINE antara perempuan maupun laki-laki sesuai syarat menjadi komunikator yang baik. Komunikasi yang bersifat komunikatif mengharapkan adanya penambahan pengetahuan dan pemahaman dari komunikannya. Komunikator yang tidak memiliki maksud yang baik dapat dikategorikan sebagai provokator.

2. *Crosstab* Jenis Kelamin-Identitas Yang Ditampilkan di LINE

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil *crosstab* antara jenis kelamin responden dengan identitas yang ditampilkan di LINE adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Crosstab Jenis Kelamin-Identitas Yang Ditampilkan di LINE

			Identitas Yang Ditampilkan di Line			Total
			Asli	Campuran	Palsu	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	33	4	7	44
		% within Jenis Kelamin	75,0%	9,1%	15,9%	100,0%
	Perempuan	Count	25	8	2	35
		% within Jenis Kelamin	71,4%	22,9%	5,7%	100,0%
Total		Count	58	12	9	79
		% within Jenis Kelamin	73,4%	15,2%	11,4%	100,0%

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil *crosstab* yang tersaji dalam tabel di atas, diketahui bahwa untuk remaja laki-laki yang menggunakan identitas asli ada sebanyak 33 orang (75,0%), remaja laki-laki yang menggunakan identitas campuran sebanyak 4 orang (9,1%) dan remaja laki-laki yang menggunakan identitas palsu sebanyak 7 orang (15,9%). Sedangkan untuk remaja perempuan yang menggunakan identitas asli sebanyak 25 orang (71,4%), remaja perempuan yang menggunakan identitas campuran sebanyak 8 orang (22,9%) dan remaja perempuan yang menggunakan identitas palsu sebanyak 2 orang (5,7%).

Berdasarkan hasil tersebut, terlihat bahwa antara remaja laki-laki dan perempuan tidak menunjukkan perbedaan. Artinya remaja laki-laki dan perempuan sama-sama lebih dominan menggunakan identitas aslinya untuk ditampilkan di LINE. Namun, terlihat bahwa dari prosentasenya, lebih banyak remaja laki-laki yang menggunakan identitas asli dibandingkan dengan remaja perempuan. Kondisi ini menjadi sangat umum, karena biasanya perempuan lebih cenderung malu ketika menggunaka identitas aslinya, sehingga banyak pilihan yang digunakan untuk menjadi identitasnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam proses komunikasi, setiap pelaku berusaha menafsirkan dan memahami informasi yang diterimanya dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian pelaku komunikasi dapat memberi reaksi atau menyampaikan hasil pikirannya dengan baik kepada orang lain. Hasil *crosstab* jenis kelamin dengan identitas yang ditampilkan di LINE remaja perempuan menggunakan pilihan identitas lain dipahami bila naluri perempuan yang susah ditebak sehingga dapat memilih alternatif identitas lain yang ingin ditampilkan untuk menarik komunikan. Maka ketika menjalin komunikasi melalui LINE tidak ditunjukkan unit informasi ke arah mana, melainkan informasi dibagi oleh para pelaku komunikasi sampai diperoleh kepuasan atas pengertian bersama terhadap suatu persoalan.

3. *Crosstab* Jenis Kelamin-Jenis Identitas

Berdasarkan hasil *crosstab* antara jenis kelamin responden dengan jenis identitas yang ditampilkan di LINE adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Crosstab Jenis Kelamin-Jenis Identitas

			Identitas apa yang digunakan				Total
			Tidak Menjawab (Karena identitas asli)	Nama super hero	Nama bunga	Nama idola	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Count	33	4	1	6	44
		% within Jenis Kelamin	75,0%	9,1%	2,3%	13,6%	100,0%
	Perempuan	Count	25	3	0	7	35
		% within Jenis Kelamin	71,4%	8,6%	0,0%	20,0%	100,0%
Total		Count	58	7	1	13	79
		% within Jenis Kelamin	73,4%	8,9%	1,3%	16,5%	100,0%

Sumber: Lampiran 5

Hasil *crosstab* yang disajikan dalam tabel di atas menunjukkan bahwa remaja laki-laki yang tidak menggunakan identitas aslinya sebanyak 11 orang yang terbagi dalam remaja laki-laki yang menggunakan nama super hero sebanyak 4 orang (9,1%), remaja laki-laki yang menggunakan nama bunga sebanyak 1 orang (2,3%), dan remaja laki-laki yang menggunakan nama idolanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebanyak 6 orang (13,6%). Sedangkan pada remaja perempuan yang menggunakan identitas palsu dan campuran ada sebanyak 10 orang yang terbagi pada remaja perempuan yang menggunakan nama super hero sebanyak 3 orang (8,6%) dan remaja perempuan yang menggunakan nama idolanya sebanyak 7 orang (20,0%).

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa baik di remaja laki-laki maupun remaja perempuan didominasi menggunakan nama idolanya sebagai pengganti identitas pribadinya. Justru pada remaja perempuan peneliti menemukan tidak ada yang menggunakan nama bunga. Sedangkan pada remaja laki-laki nama hewan dan nama super hero masih menjadi alternatif pilihan untuk digunakan sebagai pengganti identitas aslinya. Temuan penelitian ini juga menunjukkan tidak ada perbedaan antara remaja perempuan dan remaja laki-laki dalam memilih nama lain untuk pengganti identitas aslinya. Di mana penelitian ini menemukan bahwa nama yang cenderung digunakan sebagai pengganti identitas asli adalah nama idola.

Laki-laki dan perempuan dalam hal komunikasi tentu tidak ada pembagian. *Crosstab* Jenis Kelamin dengan identitas yang digunakan pengguna LINE terdapat pilihan menunjukkan nama lain seperti nama hewan dan super hero, hal tersebut dapat dikaitkan dengan komunikasi bahwa komunikasi hanya bisa terjadi bila terdapat pertukaran pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Besar kemungkinan akan tercipta suatu proses komunikasi yang efektif misal pada penyuka karakter super hero tertentu. Namun jika tidak memiliki latar belakang yang sama dapat mengakibatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi yang terjadi sangat terbatas. Bahkan besar kemungkinan gagal dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

4. *Crosstab* Usia-Gambar Yang Sering Jadi Display

Berdasarkan hasil *crosstab* antara usia responden dengan gambar yang sering menjadi *display picture* Line adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Crosstab Usia-Gambar Yang Sering Jadi Display

			Gambar Yang Sering dipakai Display					Total
			Foto pribadi saya	Foto idola saya	Foto orang lain	Pemandangan	Quotes	
Usia	15 Tahun	Count	13	2	1	2	3	21
		% within Usia	61,9%	9,5%	4,8%	9,5%	14,3%	100,0%
	16-17 Tahun	Count	20	9	0	1	8	38
		% within Usia	52,6%	23,7%	0,0%	2,6%	21,1%	100,0%
	16-19 Tahun	Count	12	3	1	1	3	20
		% within Usia	60,0%	15,0%	5,0%	5,0%	15,0%	100,0%
Total		Count	45	14	2	4	14	79
		% within Usia	57,0%	17,7%	2,5%	5,1%	17,7%	100,0%

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan sajian data dalam tabel di atas diketahui bahwa remaja yang berusia 15 tahun yang menggunakan foto pribadi ada sekitar 13 orang (61,9%), foto idola sebanyak 2 orang (9,5%), foto orang lain sebanyak 1 orang (4,8%), pemandangan sebanyak 2 orang (9,5%) dan *quotes* sebanyak 3 orang (14,3%). Pada remaja dengan usia 16-17 tahun yang menggunakan foto pribadi sebanyak 20 orang (52,6%), foto idola sebanyak 9 orang (23,7%), pemandangan sebanyak 1 orang (2,6%) dan *quotes* sebanyak 8 orang (21,1%). Sedangkan pada remaja dengan usia 16-19 tahun yang menggunakan foto pribadinya sebanyak 12 orang (60,0%), foto idola sebanyak 3 orang (15,0%), foto orang lain sebanyak 1 orang (5,0%), foto pemandangan sebanyak 1 orang (5,0%) dan *quotes* sebanyak 3 orang (15,0%). Uraian di atas menunjukkan bahwa baik usia 15 tahun, 16-17 tahun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maupun usia 18-19 tahun sama-sama didominasi oleh remaja yang menggunakan foto pribadinya sebagai *display picture*.

Usia remaja memang menjadi masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa, dimana banyak kasus pada usia ini mengalami krisis identitas. Yang tergambar dari hasil *crosstab* usia dengan gambar yang sering jadi display menunjukkan pemilihan foto pribadi untuk display picture mendominasi pada penelitian ini. Kematangan usia berkaitan dengan pengaruh kualitas komunikasi yang terjalin. Meski remaja umunya masih dalam masa pencarian identitas, namun tidak menjadi hambatan untuk menjalin komunikasi yang berkualitas. Komunikasi yang berkualitas tentunya dengan berusaha meningkatkan hubungan antar sesama, menghindari dan mengatasi konflik, mengurangi ketidakpastian. Maka hal tersebut dapat dibentuk lebih dini mulai dari tahap usia pencarian identitas. agar ke depan dapat mereduksi efek negatif penggunaan media komunikasi yang tidak menunjukkan identitas sebenarnya.

5. *Crosstab* Usia-Identitas Yang Ditampilkan di LINE

Berdasarkan hasil *crosstab* antara usia responden dengan identitas yang ditampilkan di Line adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Crosstab Usia-Identitas Yang Ditampilkan di LINE

			Identitas Yang Ditampilkan di Line			Total
			Asli	Campuran	Palsu	
Usia	15 Tahun	Count	17	3	1	21
		% within Usia	81,0%	14,3%	4,8%	100,0%
	16-17 Tahun	Count	25	8	5	38
		% within Usia	65,8%	21,1%	13,2%	100,0%
	16-19 Tahun	Count	16	1	3	20
		% within Usia	80,0%	5,0%	15,0%	100,0%
Total		Count	58	12	9	79
		% within Usia	73,4%	15,2%	11,4%	100,0%

Sumber: Lampiran 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sajian data dalam tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan usia 15 tahun yang menggunakan identitas aslinya sebanyak 17 orang (81,0%), yang menggunakan identitas campuran sebanya 3 orang (14,3%) dan yang menggunakan identitas palsu sebanyak 1 orang (4,8%). Pada responden dengan usia sekitar 16-17 tahun yang menggunakan identitas asli sebanyak 25 orang (65,8%), identitas campuran sebanyak 8 orang (21,1%), dan yang menggunakan identitas palsu sebanyak 5 orang (13,2%). Kemudian pada responden dengan usia 18-19 tahun yang menggunakan identitas asli ada sebanyak 16 orang (80,0%), yang menggunakan identitas campuran sebanyak 1 orang (5,0%) dan yang menggunakan identitas palsu sebanyak 3 orang (15,0%).

Uraian tersebut menunjukkan bahwa pada responden dalam penelitian ini antar usia tidak ada perbedaan. Artinya, pada masing-masing kelompok usia yang terdapat dalam penelitian ini tidak ditemukan perbedaan dalam penggunaan identitas di LINE. Baik usia 15 tahun, 16-17 tahun maupun usia 18-19 tahun sama-sama didominasi menggunakan identitas asli. Peneliti juga menemukan bahwa di usia 15 tahun pengguna identitas palsu dan campuran sama yaitu ada 3 dan 1 orang. Sedangkan pada usia 16-17 tahun yang menggunakan identitas campuran lebih banyak dibandingkan dengan yang menggunakan identitas palsu. Hal ini berbeda dengan usia 18-19 tahun yang ditemukan lebih banyak menggunakan identitas palsu dibandingkan dengan yang menggunakan identitas campuran.

Dalam ruang lingkup yang rinci, komunikasi menggambarkan bagaimana seseorang menyampaikan sesuatu lewat bahasa atau simbol tertentu kepada orang lain. Hasil *crosstab* usia dan identitas yang ditampilkan di LINE ketetapan usia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang belum stabil tidak menjadikan hambatan untuk menunjukkan karakter sesungguhnya melalui identitas yang nyata. Dimana komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia, melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku tersebut.

6. *Crosstab* Usia- Jenis Identitas

Berdasarkan hasil *crosstab* antara usia responden dengan jenis identitas yang ditampilkan di LINE adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Crosstab Usia- Jenis Identitas

			Identitas apa yang digunakan				Total
			Tidak Menjawab (Karena identitas asli)	Nama super hero	Nama bunga	Nama idola	
Usia	15 Tahun	Count	17	0	1	3	21
		% within Usia	81,0%	0,0%	4,8%	14,3%	100,0%
	16-17 Tahun	Count	25	6	0	7	38
		% within Usia	65,8%	15,8%	0,0%	18,4%	100,0%
	16-19 Tahun	Count	16	1	0	3	20
		% within Usia	80,0%	5,0%	0,0%	15,0%	100,0%
Total		Count	58	7	1	13	79
		% within Usia	73,4%	8,9%	1,3%	16,5%	100,0%

Sumber: Lampiran 5

Sajian data di atas menunjukkan bahwa responden dengan usia 15 tahun yang tidak menjawab atau berarti menggunakan identitas asli ada sebanyak 17 orang (81,0%), sedangkan yang tidak menggunakan identitas asli ada yang menggunakan nama bunga sebanyak 1 orang (4,8%), ada yang menggunakan nama idola sebanyak 3 orang (14,3%). Selanjutnya untuk responden dengan usia 16-17 tahun yang tidak menjawab atau berarti menggunakan identitas asli ada sebanyak 25 orang (65,8%), sedangkan yang tidak menggunakan identitas asli ada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menggunakan nama super hero sebanyak 6 orang (15,8%) dan ada yang menggunakan nama idola sebanyak 7 orang (18,4%). Kemudian untuk responden dengan usia 18-19 tahun yang tidak menjawab atau berarti menggunakan identitas asli ada sebanyak 16 orang (80,0%), sedangkan yang tidak menggunakan identitas asli ada yang menggunakan nama super hero sebanyak 1 orang (5,0%) dan ada yang menggunakan nama idola sebanyak 3 orang (15,0%). Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa identitas lain yang digunakan oleh responden baik itu yang berusia 15 tahun, 16-17 tahun maupun usia 18-19 tahun sama yaitu mereka lebih dominan menggunakan nama idola untuk mengganti identitas aslinya.

Bila dipahami kembali prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi tersebut. Jika menelaah data yang peneliti temukan hasil *crosstab* usia dengan jenis identitas yang ditunjukkan, pada remaja dengan kriteria usia sesuai pemaparan data diatas tetap mempertahankan karakter pribadi melalui pemilihan identitas asli dalam menjalin hubungan komunikasi sekalipun melalui media sosial. Agar komunikasi yang terjalin tetap efektif.

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Berdasarkan hasil deskripsi data penelitian diketahui bahwa pada dasarnya para remaja yang menjadi responden dalam penelitian ini dalam menunjukkan identitas dirinya dalam konteks penggunaan aplikasi LINE menggunakan cara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

share moment, memasag *display picture*, dan postingan-postingannya. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dan disajikan dalam tabel 3.12 menunjukkan bahwa pada penelitian ini identitas remaja yang mendominasi adalah jenis identitas *real life identity*. *Real life identity* sendiri merupakan jenis identitas yang menunjukkan bagaimana identitas pengguna dalam media baru, ditampilkan sesuai dengan identitas yang sebenarnya dalam kehidupan nyata.[1] Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang menyatakan bahwa identitas yang sering ditampilkan di LINE adalah identitas asli dirinya.

Pernyataan di atas kemudian juga didukung oleh sajian data yang terdapat dalam tabel 3.9, di mana kebanyakan responden menyatakan lebih sering menggunakan foto pribadi untuk *display picture* Line-nya. Penggunaan foto pribadi ini telah membuktikan bahwa kebanyakan remaja di Surabaya yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki identitas dengan jenis identitas *real life identity*. Kemudian untuk remaja dengan identitas *anonymity* dan *pseudonymity* berdasarkan data yang diperoleh peneliti diketahui sama prosentasenya. Menurut sajian data dalam tabel 3.12 diketahui bahwa remaja yang menyatakan menggunakan identitas campuran (*pseudonymity*) sebanyak 31 orang (11,4%) dan remaja yang menggunakan identitas palsu (*anonymity*) ada sebanyak 31 orang juga (11,4%).

Data penelitian menunjukkan bahwa bagi para remaja yang menggunakan identitas berupa identitas campuran (*pseudonymity*) dan identitas palsu (*anonymity*) rata-rata paling banyak sering menggunakan gambar berupa foto idolanya atau foto yang merupakan tulisan-tulisan *quotes*. Sedangkan untuk

[1] Advan Navis Zubaidi, *Op. cit*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

identitas nama, kebanyakan dari remaja yang menjadi responden penelitian ini mengaku lebih sering menggunakan nama-nama idola dari para remaja itu sendiri. Selain nama idola, nama super hero diketahui juga masih menjadi opsi lain dari remaja untuk dijadikan sebagai identitas mereka di LINE.

Hasil *crosstab* yang telah sajikan di bab sebelumnya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan dari segi aspek jenis kelamin maupun usia remaja dalam menunjukkan identitas dirinya di LINE. Peneliti menemukan bahwa baik berdasarkan aspek jenis kelamin maupun usia sama-sama menunjukkan hasil bahwa para remaja lebih didominasi oleh mereka yang menunjukkan identitas aslinya (*real life identity*).

Sebab, siapapun penggunanya (dalam penelitian ini adalah remaja) tetap sama-sama menunjukkan identitas asli (*real life identity*). Artinya dalam penelitian ini yang menyatakan pengguna sosial media melalui instan messaging LINE dengan identitas komunikasi yang ditunjukkan pada remaja pengguna LINE di Surabaya terbukti kebenarannya.

Santrok menjelaskan bahwa identitas merupakan konstruksi diri dan organisasi dinamis atas dorongan, kemampuan, kepercayaan, dan sejarah diri yang berlangsung secara internal.[2] Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pengungkapan identitas diri secara jujur menjadi sangat penting. Sebisa mungkin seseorang seharusnya menggunakan identitas aslinya di berbagai kepentingan baik itu untuk nama di media sosial atau dalam pergaulan. Hal ini dikarenakan identitas diri seseorang juga dapat dipahami sebagai keseluruhan ciri-ciri fisik, disposisi yang dianut dan diyakininya serta daya-daya kemampuan yang

[2] Santrock, J.W. *Op. cit*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimilikinya. Kesemuanya merupakan kekhasan yang membedakan orang tersebut dari orang lain dan sekaligus merupakan integrasi tahap-tahap perkembangan yang telah dilalui sebelumnya.

Terlebih lagi penggunaan identitas diri yang asli dalam komunikasi via media sosial seperti LINE, penunjukkan identitas yang asli menjadi sangat penting dan bagian krusial untuk dapat menjalin komunikasi yang jujur dan saling terbuka. Ketika ada orang yang menggunakan identitas palsu atau campuran pada umumnya ketika orang yang diajak berkomunikasi tahu identitas aslinya dan jauh dari ekspektasinya maka orang yang diajak komunikasi tersebut akan kecewa dan bisa juga menimbulkan permasalahan lain.

Oleh karena itu, para remaja yang menjadi responden dalam penelitian ini khususnya dan remaja di luar penelitian ini pada umumnya hendaknya menggunakan identitas asli untuk media sosial yang digunakannya. Agar, komunikasi yang dijalin bisa saling jujur dan terbuka terlebih lagi penggunaan LINE ini juga salah satunya bertujuan untuk memperluas jaringan pertemanan. Supaya jaringan pertemanan bisa dilakukan dengan baik dapat diawali dengan penyampaian tujuan yang baik melalui penggunaan identitas asli yang ditampilkan dalam ID LINE masing-masing.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id