BAB II

KOMUNIKASI VIRTUAL KOMUNITAS WOSCA

A Komunikasi Virtual

1. Pengertian Komunikasi Virtual

Komunikasi adalah proses dimana seorang individu atau komunikator mengoperkan stimulan basanya dengan lambang-lambang bahasa (verbal maupun non verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain.[1]

Dalam menyampaikan sebuah informasi diperlukan proses komunikasi yang efektif. Proses kmunikasi sendiri merupakan setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahhai oleh komunikan. Dikutip dari bukunya Djoko Purwanto, M.B.A Komunikasi Bisnis. Menurut bovee dan Thill proses komunikasi terdiri atas enam tahap, yaitu :[2]

a. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan

Sebelum proses penyampaian dapat dilakkan pengirim esan harus menyiapkan ide atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audiens. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Ide – ide yang ada dalam benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita memnadang dunis da menyerap berbagai pengalaman dengan suatu cara yang unik dan bersifat individual.

---

[1] Drs. Toomy Suprapto, M. S, *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*, (Yogyakarta; MedPress, 2009)Hlm. 06

[2] Drs. Djoko Purwanto, M.B.A, *Komunikasi Bisnis/Edisi Ketiga*, (Jakarta, Erlangga, 2006) Hlm. 11 - 13

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

b. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan

Dalam suatu proses komunikasi, tiak semua ide dapat diterima atau dimengerti dngan sempurna. Proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang alu diubah e dalam bentuk pesan-pesan seperti bentuk kata-kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dsampikan kepada orang lain.

Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus meperhatikan bebrapa hal, yairu seubjek (apa yang ingin disampikan), tujuan, gaya pesonal, dan latar belakang budaya.

c. Pengirim menyampaikan pesan

Setelah mengubah ide – ide dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah mmindahkan atau menyampikan pesan melalui saluran yang ada kepada si penerima. Saluran komunikasi yang digunakan untu menyampikan pesan terkadang relatif pendek, tetapi ada juga yang cukup panjang. Panjang pendeknya saluran komunikasi yang digunakan akan berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian esan. Bila menyampikan pesan-pesan yang panjang dan kompleks secara lisan. Pesan-pesan tersebut bisa jadi terdistorsi atau bahkan bertentangan dengan pesan aslinya.

d. Penerima menerima pesan

Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim (komunikator) mengirimkan suatu pesan dan penerima (komunikan) menerima pesan tersebut. Jika seseorang mengirim sepucuk

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

surat, komunikasi baru bisa terjalin bila penerima surat telah membaca dan memahami isinya.

e. Penerima menafsirkan pesan

Setelah penerima menerima pesan, tahap berkutnya adalah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan.. selanjutnya suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.

f. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim.

Umpan balik (*Feedback*) adalah penghubung akhir suatu mata rantai komunikasi. Umpan balik tersebut merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan.

Setelah menerima pesan komunikan akan memberi tanggaoan dengan cara tertentu dan memberi sinyal kepada pengirim pesan. Inyal yang diberikan oleh penerima pesan beraneka macam, dapat berupa suatu senyuman, tertawa, sikap, murung, cmberut, memberi komentar sekilas, anggukan sebagai pmbenaran atau pesan yang tertulis.

Komunikasi virtual adalah komunikasi dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan (melalui) *cyberspace* / ruang

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

maya yang bersifat interaktif. [3]Komunikasi virtual (*virtual comunication*) tersebut yang dipahami sebagai reality sering disalahpahami sebagai "alam maya " padahal keberadaan sistem elektronik itu sendiri adalah konkrit dimana komunikasi virtual sebenarnya dilakukan dengan cara representasi informasi digital yang bersifat diskrit.

Komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan dengan melalui cyberspace atau biasa disebut dunia maya. Bentuk-bentuk komunikasi virtual pada abad ini sangat digandrungi setiap orang dan dapat ditemukan dimana saja serta kapan saja. Salah satu bentuk komunikasi virtual adalah pada penggunaan internet. Internet adalah media komunikasi yang cukup efektif dan efisien dengan menyediakan layanan fasilitas seperti *web, chatting (mIR chat), dan email, friendster, facebook dan twitter*. Begitu banyak fasilitas yang ditawarkan dalam dunia maya untuk melakukan komunikasi, dan keberadaannya semakin membuat manusia tergantung. Ketergantungan tersebut dapat kita lihat pada maraknya penjualan ponsel dengan harga murah dan tawaran kelengkapan facilitas untuk mengakses internet. Komunikasi virtual membuat manusia menyukai pola komunikasi yang menggunakan media daripada pola komunikai tradisional yaitu tatap muka. Johson dan Kaye (1998) berpendapat bahwa penggunaan internet lebih dapat diandalkan oleh *netter* jika dibandingkan dengan ekuivalen-ekuivalen tradisional mereka.[4]

Komunikasi virtual merupakan salah stau bagian dari inovasi-inovasi dari perkembangan media baru (*New Media*). Media baru ini merupakan

[3] Werner J. Severin, *Teori komunikasi: sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa*, (Jakarta; Kencana, 2001) Hlm. 447
[4] Ibid, Hlm. 458

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

perkembangan dari adanya media lama. menurut McLuhan konten dari media baru tersebut juga sering memanfaatkan atau mengemas kembali materi dari media

2. Konsep Dasar Komunikasi Virtual

Konsep dasar komunikasi virtual merupakan salah satu aspek yang paling penting dalam teori komunikasi melalui jaringan internet. Ada beberapa konsep dasar yang menjadi bagian dari komunikasi virtual diantaranya meliputi:[5]

a. Dunia maya

Istilah dunia maya muncul pertama kali untuk merujuk pada jaringan informasi luas yang oleh para penggunanya disebut dengan console cowboys akan muncul atau koneksi langsung dengan sistem-sistem syaraf mereka.

C*yberspace* berasal dari kata *cybernetics* dan *space*. *Cyberspace* sendiri pertama kali diperkenalkan oleh William Gibson yang menyebutkan bahwa dunia maya (*cyber space*) adalah realita yang terhubung secara global, di dukung oleh komputer, berakses komputer, multidimensi, artifisial, atau virtual.[6]

b. Komunitas Maya

Saat ini internet bukan hanya sebagai wadah dan wadah untuk saluran komunikasi modern tapi juga sebagai tempat berkumpulnya para kelomok-kelompok sosial. Berbagai forum dan komunitas terbentuk dan berkembang melalui kehadiran internet. Komunitas maya adalah

[5] Ibid, Hlm. 445-450
[6] Ibid, Hlm. 445

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

komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Ruang *chatting,* e-mail, milis dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik adalah contoh baru tempat-tempat yang dapat dipakai oleh komunitas untuk saling berkomunikasi.

c. Interaktivitas

Interaktivitas adalah salah satu fitur media baru yang paling banyak dibicarakan, mendapat tempat khusus di internet. Interaktivitas dipakai minimal dalam dua makna berbeda. Orang-oarang dengan latar belakang ilmu komputer cenderung memaknainya sebagai interkasi pengguna dengan komputer. Sedangkan, para sarjana komunikasi cenderung berpikir bahwa interaktivitas merupakan komunikasi antara dua manusia.

Bicara mengenai interaktivitas ini sangat penting dan ketika kita mulai berpikirb tentang internet, kedua jenis pemaknaan itu bisa sama-sama terjadi. Pengguna dapat berinterkasi dengan sebuah komputer dengan menggunakan program-program yang tersedia.

d. Hypertext

Salah satu fitur yang paling istimewa dalam world wide web adalah pemakaian hyperlink. Yaitu spot-spot pada halaman web yang dapat di klik oleh pengguna untuk berpindah ke spot lain baik dalam dokumen yang sama, dalam website yang sama, maupun dalam situs lain pada internet.

Melalui *hypertext* pembaca dapat dengan cepat mengetahui lebih lanjut tentang topik atau kata-kata tertentu karena teks yang telah diberi fitur *hypertext* tersebut telah berhubungan dengan dokumen lain atau teks

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 mengirim pengguna pada *link* tentang informasi yang berhubungan dengan

e. Multimedia

Multimedia adalah sebuah sistem komunikasi yang menawarkan perpaduan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Selain itu multimedia juga memerlukan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat melakukan navigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi karena adanya fasilitas *hypertext* juga di dalamnya. Oleh karena itu multimedia yang ada bisa semakin canggih.

3. Jenis Komunikasi Virtual

Berikut ini adalah jenis komunikasi yang biasanya di lakukan di dunia maya, yang bisa dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas sebagai berikut:

a. Email

Email merupakan kependekan dari electronic mail, dalam bahasa indonesia artinya surat elektronik. Electronic Mail atau E-mail merupakan suatu system di mana user dapat saling bertukar pesan elektronik melalui computer yang terkoneksi jaringan / internet. Konsep electronic mail tidak jauh berbeda dengan surat konvensional. Seorang user dapat menulis sebuah pesan dan mengirimnya ke suatu tujuan. Sebaliknya seoarng user juga dapat menerima pesan dari user lainnya. kata e-mail sendiri merujuk pada dua hal, **pertama,** e-mail merupakan suatu jenis program aplikasi atau fasilitas berbasis internet yang dirancang untuk mengirim dan menerima surat secara elektronik. Ada beberapa aplikasi e-meil di antarabnta Yahoo! Mail, Gmail, Hotmail,

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

AOL, Sina, 126. 163, Daum dan sebagainya. Program ini digunakan untuk membaca, mengirim, dan menyimpan e-mail.

Kedua, e-mail yaitu surat elektronik. Surat elektronik adalah surat yang dibuatm dikirim dan diterima tidak dalam bentuk fisik berupa kertas akan tetapi dalam bentuk data elektonik yang dibuat, dikirm dan atau diterima dalam bentuk data yang diolah dan dikirim menggunakan program aplikasi e-mail dengan memanfaatkan peralatan elektronik computer dan jaringan internet.

Melaui e-meil ini kita busa saling berkirim surat sebgaimana layaknya saling berkirim surat biasa, hanya dalam wujud surat yang berbeda, bukan berupa kertas.

Beragam jenis data dan informasi yang bisa dikirim melalui e-meil, yaitu bisa berupa teks atau tulisan, gambar, surat, dan video. Kesemuanya dalam bentuk data elektronis.[7]

b. Milis

Milis atau mailing list adalah layanan di dalam internet yang digunakan untuk berdiskusi melaui e-meil. Diskusi dalam milis bisa dikelompok-kelompokkan berdasrkan kategori atau topik dan kelompok tertentu. Misalnya sebuah komunitas yaitu komunitas Hijabee Surabaya.

Untuk bisa menggunakan mailing list, kita harus terdaftar terlebih dahulu dalam sebuah group misalnya Yahoo! Group. Kalau sudah terdaftar artinya kita sudah memiliki akses untuk masuk ke dalam kelompok-kelompok diskusi di mailing list yang sudah ada. Disini kita

[7] Dr. Rusman, M.Pd, Dr. Deni Kurniawan, M.Pd, Cepi Riyana, M.Pd, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (Mengembangkan Profesionalitas Guru),* (Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2012), Hlm. 408

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

bisa mengirim dan menerima pesan e-meil sesuai dengan tema diskusi tertentu.

Tidak menutup kemungkinan, ketika sesudah sekian lama menjadi anggota milis kita merasa jenuh atau merasa tidak menemukan apa yang kita butuhkan, kita bisa keluar dari keanggotaan kelompok diskusi yang sudah kita masuki. Selanjutnya, kita bisa masuk sebagai anggota pada tema atau kelompok yang lain atau membentuk kelompok sendiri dengan tema diskusi sesuai dengan bidang keminatan kita.

Untuk membuat grup diskusi naru, kita harus mendaftar pembentukan grup atau kategori tema diskusi terlebih dahulu. Apabila kelompok sudah terbentuk, selanjutnya kita bisa mengundang orang-orang yang memiliki keminatan yang sama atau yang tertarik dengan tema diskusi yang kita bentuk untuk menjadi teman atau anggota milis.[8]

c. Chatting

Chatting adalah suatu program untuk para pengguna internet dimana saja berada agar bisa mengenal satu sama lain walaupun dia berada jauh dari kita. Dengan chatting kita juga bisa melihat wajah orang yang baru kita kenal tersebut jika dikomputer kita ada alat yang disebut webcam." Kelebiahannya "Chatting dapat membuat kita mempunyai banyak kenalan meskipun orang yang kita ajak berkomunikasi berada jauh dari kita." Kekurangan "Kita dapat tertipu oleh orang – orang yang kita ajak berkomunikasi karena kadang mereka bukanlah orang yang sesungguhnya.

[8] Ibid, Hlm. 408

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

Ada beberapa jenis komunikasi yang bisa dilakukan dengan program chatting ini, yaitu komunikasi lewat tulisan, komunikasi dengan suara, komunikasi dengan gambar, bisa mengirim file, juga bisa mengirim pesan singkat. Selain dari pada itu, chatting bisa dilakukan berdua saja atau beramai-ramai dengan banyak orang. Untuk ngobrol dengan banyak orang bisa menggunakan fasilitas chat room.

Chatting di inter menjadi mungkin dilakukan karena adanya suatu perangkat lunak (software) yang dikembangkan khusus untuk melakuakn itu. Terdapat sejumlah perangkat lunak yang dewasa ini bisa digunakan di antaranya yaitu : mIRC, MSN Mesengger, ICQ, GotoWorld, Yahoo! Mesengger, dan lainnya, dari beberapa literatur, yang paling banyak digunakan adalah Yahoo! Mesengger. Dalam Yahoo! Fasilitasnya cukup lengkap dan menarik. Fasilitas tersebut adalah : chat lewat suara (voice chat), chat sambil tatap muka via kamera (webcam), melakukan panggilan dari komputer ke komputer, melakukan panggilan dari komputer ke telepon, melakukan panggilan dari telepon ke komputer, ruang-ruang chat, mendengarkan radio online, mengirim file, melihat video, mengobrol dengan beberapa orang sekaligus dan sebagainya.[9]

d. Website

Website adalah kumpulan dari halaman - halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di dalam Internet.

[9] Ibid, Hlm. 409

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

WWW merupakan sebuah system situs computer yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *browser* dan dengan menyambungkan computer pada internet. World Wide Web mulai tumbuh pesat setelah *browser-browser* seperti Mosaic, Netscape, dan Exploler muncul dan mejadikan WWW dapat diakses oleh siapa saja. Internet mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental. Media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi "satu untuk banyak". Sedangkan Internet memberikan model-model tambahan "banyak untuk satu" (email ke satu alamat sentral, banyaknya pengguna yang berinteraksi dengan satu website) dan "banyak untuk banyak" (email, milis, kelompok-kelompok baru).[10]

Internet memberikan perangkat praktis untuk menjadi peneribit tingkat dunia, yang dengan sendirinya merupakan sebuah perkembangan revolusioner. Ia juga memberikan kekuatan besar bagi anggota audien perorangan.

Sebuah halaman web biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu sebuah protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser.dan Website atau situs dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk

[10] Op.Cit, Werner J. Severin, *Teori komunikasi: sejarah, metode*..... Hlm. 444

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

satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink).

Web juga merupakan sebuah sistem dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah internet webserver dipresentasikan dalam bentuk hypertext. Kelebihannya adalah pertama, kita dapat memasarkan produk atau jasa melewati batas kabupaten, propinsi, negara, samudera dan benua. Kedua, Teknologi yang digunakan adalah fail over hosting, teknologi ini memungkinkan layanan anda tetap online 24 jam karena didukung oleh beberapa server komputer yang secara otomatis akan menggantikan tugas server komputer yang mengalami kerusakan. Kekurangannya dapat terjadi kemungkinan adanya kesalahan dalam pembuatan web yang mengakibatkan web tidak dapat dibuka atau error.

e. Social Media

Sosial media adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada sosial media kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Contohnya seperti : [11]

1) Facebook

Facebook merupakan salah satu aplikasi dunia maya jaringan sosial yang akrab di kalangan masyarakat. Melaui facebook ini kita bisa berkenalan dengan orang baru, reuni dengan teman-teman lama,

[11] Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan melalui Social Media*n (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011) Hlm. 1

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

juga bisa digunakan untuk kepentingan tertentu lainnya misal pendidikan, politik, bisnis dan sebagainya. Melalui situs ini kita bisa berekspresi, berkomunikasi dengan teman atau kenalan yang sudah ada, juga bisa memperluas jaringan pertemanan dengan cara mengundang atau diundang teman. [12]

Merujuk pada penjelasan Team Cyber dalam 30 menit Membongkar Rahasia Facebook Tahun 2009, terdapat sejumlah kelebihan yang dimiliki facebook dibanding program jejaring sosial lainnya, yaitu :

a) Umumnya data profile di facebook real, karena sebagai personal press release dan meningkatkan jaringan pertemanan. Baik itu teman baru atau teman lama, di dalam ataupun di luar negeri, serta baik yang sudah dikeal ataupun teman baru
b) Updating data di facebook dapat dilakukan dengan mudah, bisa melalui personal computer (PC), laptop, smartphone yang terhubung ke internet dan handphone.
c) Tag atau penamaan yang saling terhubung untuk foto-foto, sehingga bisa menjadi media awal untuk saling berkomunikasi dengan teman-teman lama. Fasilitas ini bisa menjadi salah kunci pening yang memungkinkan untuk facebook menjadi ajang reuni atau mencari teman lama.
d) Pengorganisasian kegiatan untuk updating facebook lebih mudah karena ada pemberitahuan (notifikasi) tentang banyak hal

[12] Loc. Cit, Werner J. Severin, *Teori komunikasi: sejarah*..... Hlm. 410

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

sehungga mudah untuk mengetahui tambahan reaksi teman-teman di facebook.

e) Dengan facebook dimungkinkan juga untuk chatting satu orang dengan satu oranng maupun berkelompok.

f) Bisa membuat group sesuai dengan keinginan, seingga memudahkan untuk mengelompokkan rekan sesuai dengan klasifikasi tertentu. Misalnya menurut hobi, sekolah, pekerjaan, dan sebagainya. Pengelompokan ini sangat bermanfaat bisa lebih terarah

g) Terdapat fasilitas wall to wall atau penulisan pada dinding, yaitu menuliskan pesan publik ke teman facebook yang memungkinkan untuk memberikan nilai positif atas teman tersebut.

h) Dapat mengirim pesan secara terbatas. Dalam facebook ada tiga kategori pengiriman pesan yaitu kirim ke satu orang. Kirim ke semua anggota group, kirim khusus untuk admin, dan kirim ke kelompok rekan-rekan,

i) Dapat mengantur pertemuan melalui penggunaan fasilitas membuat acara dan sekaligus juga dapat mengudang teman-teman yang dikehendaki. Dalam feature ini bisa memberikan gambaran yang cukup menyeluruh tentang acara yang akan diselenggarakan, misanya deskripsi acara, foto, dan video. Selain daripada itu, siapa saja teman yang bisa hadir, mungkin hadir, atau masih dalam konfirmasi juga bisa dilihat;

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

j) Memungkinkan memberikan informasi yang luas untuk press pribadi, terutama memberikan demokratisasi hubungan antar manusia. Hal ini mungkin dilakukan karena dalam facebook terdapat menu profile sub-menu info.

2) Twitter

Twitter adalah salah satu jejaring sosial yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirinkan teks dengan panjang maksimal 140 karakter. Selain lewat perangkat komputer, Twitter juga bisa diakses dengan menggunakan handphone. Twitter digunakan sebagai ajang curhat singkat oleh penggunannya dengan memberitahukan apa yang sedang terjadi pada saat itu. Di Indonesia, situs jejari8ng sosial ini mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak.

4. Manfaat komunikasi Virtual

a. Sosialisasi

Orang menggunakan komunikasi virtual untuk bertemu teman, mencari teman (bahkan mencari kekasih), berbagi cerita/lelucon/ide, membicarakan hobi/kesenangan mereka.

b. Bisnis

Dapat dilakukan kerjasama dengan perusahaan lain dengan menggunakan media internet. Selain itu, Komunikasi virtual juga dapat pula digunakan sebagai media pendistribusian tugas antar anggota team. Sehingga dengan begitu, pekerja tidak lagi harus berada di kantor untuk bekerja, tapi bisa bekerja jarak jauh (telecommuting).

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

Transaksi keuangan menjadi mudah dan cepat, dan Banyak melibatkan elemen seperti server, maitenance, komunikasi data, jasa pengiriman barang yang memungkinkan memperoleh keuntungan.

c. **Sharing Ilmu**

Komunikasi Virtual memungkinkan terjadinya sharing ilmu, berbagi isu terbaru, gosip terbaru yang nantinya dibahas dan dipecahkan bersama dalam komunitas. Biasanya, jenis aktivitas ini dilakukan dalam sebuah forum. Misalnya saja, forum penggemar teknologi informasi. Komunitas dimana mereka saling berbagi isu mengenai teknologi informasi terbaru dan memecahkan masalah bersama dalam bidang teknologi informasi. Dan Individu dapat mengetahui berbagai informasi update dan mutakhir dari segala penjuru dunia (shared information).

d. Kemudahan

Kemudahan komunikasi semacam ini membawa dampak pada penghematan atau efisiensi waktu dan biaya, karena dulu seseorang apabila berkomunikasi dengan rekan dan kerabatnya yang berada pada lokasi jarak jauh harus mengirim surat, berkunjung kerumahnya, telephone.

5. Kelebihan komunikasi virtual[13]

Sesuai dengan karekteristik dari dunia virtual itu sendiri, ada sejumlah manfaat dalam berkomunikasi yang dilakukan secara virtual, diantaranya :

a. Cepat, komunikasi ini bisa dilakukan dengan cpat dalam kondiri jarak yang jauh ataupun lama. Hal ini bisa dilakukan khususnya apabila

[13] Dr. Deni Kurniawan, M.Pd, Dkk, *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalamPembelajaran,*(Jakarta; Rajawali Press, PT. Rajagrafindo Persada, 2013) Hlm, 207

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 fasilitas yang memungkinkan melakukan komunikasi yang synchronous

b. Mudah, apabila sudah mengusai teknis operasional computer dan fasilitas pendukung yang dibutuhkan, proses komunikasi bisa dilakukan dengan mudah.

c. Komunikasi virtual bisa dilakukan secara real time juga unreal time. Secara real time artinya komunikasi dilakukan secara langsung. Komunikator dan komunikasi berinteraksi pada waktu yang sama, tanpa penundaan waktu untuk member respon atas pesan yang diterima (synchronous system). Sedangkan yang unreal time yaitu kebalikan dari yang real time, ada penundaan waktu respon atas pesan-pesan yang disampaikan oleh para pihak yang berkomunikasi (asychrous system).

d. Bisa individual atau grup. Komunikasi virtual bisa dilakukan baik secara one to one, satu orang dengan satu orang, maupun secara kelompok (group). Bisa dipilih sesuai dengan keperluan.

e. Jumlah dan jenis pesan bisa besar dan beragam. Keuntungan atau kelebihan lainnya dari komunikasi virtual ini adalah jumlah pesan atau informasi yang disampaikan bisa banyak dan dalam berbagai bentuk pesan: teks, suara, dan gtambar. Atau bahkan gabungan dari ketiga jenis pesan tersebut.

Masih terdapat sejumlah kebaikan atau keliebihan lainnya yang bisa didapat dari komunikasi virtual.

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

6. Kekurangan komunikasi virtual[14]

a. Pengguna internet yang terlalu berlebihan akan menjadi over dan kemungkinan menjadikan dunia maya menjadi suatu penyalur hasrat dan aka menjadi hyper.

b. Cyberspace menjadi penyalur hasrat seks, kejahatan, sadisme, kedangkalan.

c. Cyberporn, menjadi persoalan masa depan karena cyberspace yang tanpa identitas.

d. Cybespace menjadi ajang kebrutalan semiotic. Model Komunikasi Klasik Model komunikasi klasik adalah model komunikasi yang menggunakan seperti media massa seperti koran, televisi, radio, ataupun film. Model komunikasi klasik biasanya terjadi dua arah.

7. Komunitas

a. Komunitas

Komunitas dapat didefinisikan sebagai kelompok khusus dari orang-orang yang tinggal dalam wilayah tertentu, memiliki kebudayaan dan gaya hidup yang sama, sadar sebagai satu kesatuan, dan dapat bertindak secara kolektif dalam usaha mereka dalam mencapai tujuan.[15]

Berkaitan dengan kehidupan sosial, ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Tetapi setidaknya definisi komunitas dapat didekati melalui; *pertama*, terbentuk dari sekelompok orang; *kedua*, saling berinteraksi secara sosial diantara anggota kelompok itu;

[14] Ibid, Hlm. 208
[15] Bruce J. Cohen, *Sosiologi suatu pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992) Hlm, 315

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

ketiga, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau diantara anggota kelompok yang lain; *keempat*, adanya wilayah- wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang lain.[16]

Suatu komunitas biasanya terbentuk karena pada beberapa individu memiliki hobi yang sama, tempat tinggal yang sama dan memiliki ketertarikan yang sama dalam beberapa hal. Dikutip dari bukunya Tim E-Media Solusi, Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis, Menurut beberapa ahli sebuah komunitas akan memiliki empat ciri utama, yaitu :[17]

1) Adanya keanggotaan didalamnya. Tidak mungkln ada komunitas tanpa ada anggota di dalamnya,
2) Adanya saling mempengaruhi. Anggota-anggota komunitas bisa saling mempengaruhi satu dengan lainnya,
3) Adanya integrasi dan pemenuhan kebutuhan antar anggota,
4) Adanya ikatan emosional antaranggota

b. Unsur-unsur Komunitas

Unsur komunitas community sentiment oleh Soekanto sebagai berikut:[18]

1) **Seperasaan,** artinya seseorang berusaha mengidentifikasikan dirinya dengan sebanyak mungkin orang dalam kelompoknya, karena

[16] Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber* (Jakarta: kencana, 2012) Hlm. 138.
[17]Tim E-Media Solusindo, *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis,* (Jakarta; PT. Elex Media Komputindo, 2008) Hlm. 16
[18] Nasdian Fredian Tonny, *Pengembangan Masyarakat,* (Jakarta; Yayasan Pustaka Obor Indonesia,2014) Hlm. 2-4

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

adanya kepentingan-kepentingan yang sama yang akhirnya akan menimbulkan perasaan solider dengan orang lain.

2) **Sepenanggungan,** artinya setiap individu menyadari akan perannya dalam kelompok dan keadaan masyarakatnya memungkinkan perannya tersebut dijalankan, sehingga dia mempunyai kedudukan yang pasti dalam struktur sosialnya.

3) **Saling memerlukan,** artinya individu yang tergabung dalam komunitas merasakan dirinya tergantung pada komunitasnya, yang meliputi kebutuhan fisik, maupun kebutuhan psikologisnya. Perwujudan nyata dari individu terindividu terhadap komunitasnya adalah kebiasaan-kebiasaan dalam kelompok masyarakat atau komunitasnya yang khas merupakan ciri dari masyarakat tersebut

Dikutip dari bukunyaa Ambar Teguh Sulistyani, Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan. Menurut Montagu dan Matson terdapat sembilan konsep komunitas yang baik dan empat kompetensi masyarakat, yakni:[19]

a) Setiap anggota komunitas berinteraksi berdasar hubungan pribadi dan hubungan kelompok;
b) Komunitas memilikikewenangan dan kemampuan mengelola kepentingannya secara bertanggungjawab;
c) Memiliki vialibitas, yaitu kemampuan memecahkan masalah sendiri;
d) Pemerataan distribusi kekuasaan;

[19] Ambar Teguh Sulistyani, *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2004) Hlm. 81 – 82

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

e) Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi demi kepentingan bersama;

f) Komunitas memberi makna pada anggota;

g) Adanya heterogenitas dan beda pendapat;

h) Pelayanan masyarakat ditempatkan sedekat dan secepat kepada yang berkepentingan;

i) Adanya konflik dan *managing conflict*

Sedang untuk melengkapi sebuah komunitas yang baik perlu ditambahkan kompetensi sebagai berikut :

a) Kemampuan mengidentifikasi masalah dan kebutuhan komunitas;

b) Menentukan tujuan yang hendak dicapai dan skala prioritas;

c) Kemampuan menemukan dan menyepakati cara dan alat mencapai tujuan;

d) Kemampuan bekerjasama secara rasional dalam mencapai tujuan.

c. Macam-macam Komunitas

Dikutip dari skripsi Karlina M. Sari, menurut Etienne Wenger, dalam bukunya cultivating communities of practice tahun 2002, menurutnya Komunitas mempunyai berbagai macam bentuk dan karakteristik, diantaranya:[20]

1) Besar atau kecil

Keanggotaan di beberapa komunitas ada yang hanya terdiri dari beberapa anggota saja dan ada yang mencapai 1000

[20] Dikutip pada Skripsi Peran Library Lovers Club dalam Mengembangkan Perpustakaan Sekolah Di SMAN 49 Jakarta oleh Karlina M. Sari, (Prodi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pegetahuan Budaya, Universitas Indonesia) 2009 Hlm 7

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

anggota. Besar atau kecilnya anggota di suatu komunitas tidak menjadi masalah, meskipun demikian komunitas yang memiliki banyak anggota biasanya dibagi menjadi sub divisi berdasarkan wilayah sub tertentu.

2) Terpusat atau tersebar

Sebagian besar suatu komunitas berawal dari sekelompok orang yang bekerja di tempat yang sama atau memiliki tempat tinggal yang berdekatan. Sesama anggota komunitas saling berinteraksi secara tetap serta ada beberapa komunitas yang tersebar di berbagai wilayah.

3) Berumur panjang atau berumur pendek

Terkadang sebuah komunitas dalam perkembangannya, memerlukan waktu yang cukup lama, sedangkan jangka waktu keberadaan sebuah komunitas sangat beragam. Beberapa komunitas dapat bertahan dalam jangka tahunan, tetapi ada pula komunitas yang berumur pendek.

4) Internal atau eksternal

Sebuah komunitas dapat bertahan sepenuhnya dalam unit bisnis atau bekerjasama dengan organisasi yang berbeda.

5) Homogen atau heterogen

Sebagian komunitas berasal dari latar belakang yang sama serta ada yang terdiri dari latar belakang yang berbeda. Pada umumnya jika sebuah komunitas berasal dari latar belakang yang sama komunikasi akan lebih mudah terjalin, sebaliknya

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

jika komunitas terdiri dari berbagai macam latar belakang diperlukan rasa saling menghargai dan rasa toleransi yang cukup besar satu sama lain.

6) Spontan atau disengaja

Beberapa komunitas ada yang berdiri tanpa adanya intervensi atau usaha pengembangan dari suatu organisasi. Anggota secara spontan bergabung karena kebutuhan berbagi informasi dan memiliki minat yang sama. Pada beberapa kasus, terdapat komunitas yang secara sengaja didirikan secara spontan atau disengaja tidak menentukan formal atau tidaknya sebuah komunitas.

7) Tidak dikenal atau dibawahi sebuah institusi

Sebuah komunitas memiliki berbagai macam hubungan dengan organisasi, baik itu komunitas yang tidak dikenali, maupun komunitas yang berdiri dibawah sebuah institusi.

Dalam kaitan komunitas yang diartikan sebagai paguyuban atau gemeinschaft. Paguyuban dimaknai sebagai suatubentuk kehidupan bersama dimana anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni, alamiah, dan kekal, biasanya dijumpai dalam keluarga, kelompok, kekerabatan, rukun tetangga, rukun warga dan lain sebagainya

Ciri – cirri gemeinschaft yaitu: hubungan yang intim, privat, eksklusif. Sedangkan tipe gemeinschaft sendiri ada tiga yaitu:[21]

[21] Soerjono Soekanto, *Teori sosiologi tentang perubahan sosial*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1983) Hlm. 130-131

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

1) Gemeinschaft by blood, hubungannya didasarkan pada ikatan darah atau keturunan
2) Gemeinschaft of place, hubungannya didasarkan pada kedekatan tempat tinggal atau kesamaan lokasi
3) Gemeinschaft of mind, hubungannya didasarkan pada kesamaan ideologi meskipun tidak memiliki ikatan darah maupun tempat tinggal yang berdekatan.

Menurut Mac Iver (dalam bukunya Mansyur Cholil, 1987) keberadaan communal code (keberagam aturan dalam kelompok) mengakibatkan komunitas terbagi menjadi dua, yaitu:[22]

1) Primary group, hubungan antar anggota komunitas lebih intim dalam jumlah anggota terbatas dan berlangsung dalam jangka waktu relative lama
2) Secondary group, hubungan antar anggota tidak intim dalam jumlah anggota yang banyak dan dalam jangka waktu relatif singkat

Ditinjau dari mediannya, komunitas terbagi menjadi dua, yaitu [23]:

- Komunitas Offline

  Komunitas Offline adalah komunitas yang disatukan oleh kesamaan pekerjaan, hobi, atau faktor penyatu lainnya di mana media integrasi dan

[22] M. Mansyur Cholil, *Sosiologi Masyarakat Kota dan Desa*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1987) Hlm. 80-81
[23] Ibid, Tim E- Media Solusindo, *Membangun Komunitas Online* ……. Hlm. 17

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

komunikasinya masih menggunakan teknologi non-internet seperti pertemuan fisik, telepon, surat-menyurat dan sebagainya.

- Komunitas Online/Virtual

  Komunitas yang disatukan oleh kesamaan pekerjaan, hobi atau faktor penyatu lainnya, di mana media integrasi dan komunikasinya sudah menggunakan internet. Biasanya, cakupan komunitas online ini lebih luas dan global hingga ke seluruh dunia.

8. Komunitas WOSCA

WOSCA merupakan Komunitas yang berisikan para wanita pemilik *Online shop* atau Bisnis Online lainnya. WOSCA snduru juga memberikan wadah bagi pemilik online shop untuk menunjukkan eksistensinya dengan berbagai kegiatan yang dirancang. Tidak sekadar mencari uang, tetapi juga memperluas *networking* dan menumbuhkan jiwa sosial dengan kegiatan charity dan memberikan garansi pada konsumen online shop bahwa member yang tergabung dalam WOSCA adalah penjual yang bisa dipercaya. Wosca ingin membentuk kredibilitas yang tinggi. Para pembeli akan mendapatkan keterangan nomor member yang dimiliki dari WOSCA.[24]

Komunitas WOSCA lebih sering melalui media sosial facebook sebagai alat berkomunikasi. Komunitas WOSCA ini sering mensharing mengenai hal-hal yang berhubungan dengan ibu-ibu ataupun hal yang berhubungan dengan kegiatan *online shop* maupun event-event yang diadakan oleh

[24] Diakses melalui internet http://www.woscamall.com/page/about-us-2.html , Tanggal 20 September 2016, Pukul : 21.00 WIB

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

pengurus WOSCA, Selain itu Komunitas WOSCA ini juga sebulan sekali mengadakan pertemuan untuk mengadakan seperti peduli sesama. Dapat dikatakan bahwasanya komunitas ini lebih menekankan pada sebuah komunitas yang mewadahi para wanita yang ingin memiliki usaha.

B Kajian Teori

Pada zaman modern saat ini komunikasi tidak hanya lewat tatap muka. Namun ada yang menggunakan alat sebagai media berkomunikasi, seperti halnya media sosial atau dunia maya, dimana masyarakat khususnya para mahasiswa maupun mahasiswi menggunakan media sosial sebagai alat untuk saling berinteraksi, maupun tukar – menukar informasi. Komunikasi seperti ini biasa disebut komunikasi virtual. Dalam hal ini peneliti menggunakan teori interaksionisme simbolik sebagai bahan pendukung dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Teori Interaksionisme Simbolik

Untuk mempelajari interaksi sosial digunakan pendektan tertentu, yang dukenal dengan nama intraksionis prespektif. Di antara berbagai pendekatan yang digunakan untuk mempelajari interaksi sosial, dijumpai pendekatan yang dikenal dengan nama interaksionisme. Pendekatan ini bersumber pada pemikiran George Herbert Mead. Dari kata interaksionisme, sudah nampak bahwa sasaran pendekatan ini ialah interaksi sosial; kata simbolik mengacu pada penggunaan simbol-simbol dalam interaksi.[25]

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di

[25] Kamanto Sunarto, *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004) Hlm. 35

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

tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap.[26] Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi.

Interaksionisme simbolis merupakan sebuah cara berpikir mengenai pikiran, diri sendiri, dan masyarakat. yang telah memberikan kontribusi yang besar terhadap tradiri sosiokultural dalam teori komunikasi.[27]Teori interaksionisme simbolis berfokus pada cara-cara manusia membentuk makna dan susunan dalam masyarakat melalui percakapan .

Tiga konsep utama dalam teori Mead ditangkap dalam judul karyanya yang paling terkenal, yaitu masyarakat, diri sendiri dan pikiran.[28]Kategori-kategori ini merupakan aspek-aspek yang berbeda dari proses umum yang sama yang disebut tindak sosial, yang merupakan sebuah kesatuan tingkah laku yang tidak dapat dianalisis ke dalam bagian-bagian tertentu. Tindakan saling berhubungan dan dibangun seumur hidup. Tindakan dimulai dengan sebuah dorongan; melibatkan perpepsi dan penunjukan makna, repetisi mental, pertimbangan alternatif, dan penyempurnaan.

Dalam bentuknya yang paling mendasar, sebuah tindak sosial melibatkan sebuah hubungan dari tiga bagian: gerak tubuh awal dari salah satu individu, respon dari orang lain terhadap gerak tubuh tersebut, dan sebuah hasil. Hasilnya adalah arti tindakan tersebut bagi pelaku komunikasi. Misalnya

---

[26] Elvinora Ardianto Dkk, *Komunikasi Massa*, (Bandung; Simbiosa Rekatama Media, 2007) Hlm. 136

[27] Stephen W. Littlejohn, Karen A. FossAll, *Teori Komunikasi Edisi 9*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2009), hal : 121

[28] Ibid, hal : 232

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

seorang *custemer* menunjukkan ekspresi wajah atau gesture yang menunjukkan ia puas seperti mengacungkan jempol dengan suatu pelayanan. Maka pemberi layanan akan meresponnya dengan senyuman atau lainnya, sehingga terjadi hasil (sebuah pelayanan yang memuaskan).

Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain:

1. Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain, disini peneliti menekankan pada kemampuan berkomunikasi antara individu dengan lainnya
2. Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya,
3. Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

. Kegiatan saling mempengaruhi antara merespon pada orang lain dan diri sendiri ini adalah sebuah konsep penting dalam teori Mead dan hal ini memberikan peralihan yang baik ke konsep keduanya diri.[29] Pada dasarnya diri

[29] Ibid, Hal. 232

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

adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah obyek. Diri sendiri merupakan objek sosial yang penting, dijelaskan dan dipahami dengan cara yang selalu berkembang dalam interaksi. Konsep diri seorang individu tidak lebih dari rencana tindakan terhadap diri sendiri, identitas, minat, keengganan, cita-cita, ideologi, dan penilaian diri seorang individu.[30] Istilah lain konsep diri adalah refleksi umum orang lain, semacam gabungan sudut pandang yang memandang diri sendiri. Refleksi umum orang lain merupakan keseluruan persepsi seorang individu dari cara orang lain melihat nya.

Diri memiliki dua segi,[31]masing-masing menjalankan fungsi yang penting. *I* adalah bagian dari seorang individu yang menurutkan kata hati, tidak teratur, tidak terarah, dan tidak dapat ditebak. *Me* adalah refleksi umum orang lain yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan tetap, yang dibagi dengan orang lain. Setiap tindakan dimulai dengan sebuah dorongan dari *I* dan selanjutnya dikendalikan oleh *me*. *I* adalah tenaga penggerak dalam tindakan, sedangkan *me* memberikan arahan dan petunjuk. Kemampuan seseorang untuk menggunakan simbol-simbol yang signifikan untuk merespon pada diri sendiri menjadikan ia berpikir. Berpikir adalah konsep ketiga Mead, yang ia sebut pikiran.[32]Pikiran bukanlah sebuah benda, tetapi merupakan sebuah proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, dan tidak di temukan didalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial.

[30] Ibid, Hal. 232
[31] Ibid, Hal. 234
[32] Ibid, Hal. 234

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

Berpikir melibatkan keraguan ketika seorang individu menafsirkan situasi. Seorang individu berpikir melalui situasi dan merencanakan tindakan selanjutnya.

Manusia menggunakan simbol-simbol yang berbeda untuk menamai objek. Seseorang selalu mengaartikan sesuatu berhubungan dengan bagaimana ia bertindak terhadap hal itu. misalnya seorang individu memiliki perasaan suka kepada temannya. Pastinya ia memiliki tindakan berbeda terhadap teman yang di anggap sebagai teman dan teman yang di kasihi. Manusia mendefinisikan objek secara berbeda, tergantung pada bagaimana mereka bertindak terhadap objek tersebut. Interaksionisme simbolis sebagai sebuah gerakan, ada untuk meneliti cara-cara manusia berkomunikasi, memusatkan, atau dapat membagi makna

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