



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Facebook Sebagai Media Baru dalam Komunikasi Pertemanan dan Perjudohan

Meilani Dhamayanti¹, Elva Ronaningrum²

¹ Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia

² Universitas Andalas, Padang, Indonesia

mdhamayanti73@gmail.com, elvarona80@gmail.com

Abstract

Mate for most people has an important meaning in life. Finding a mate is done in various ways, one of them through the media. Facebook as a social media is often used by people to seek for friends, either on the level just know or serious. Finding a good friends or mate should be addressed wisely, considering there are disadvantage and advantages. Many negative cases occur, like criminal case. On the one hand there are also managed to find a mate to enter the marriage level harmonious. The purpose of this study describes how the role of social media facebook as a medium of friendship and matchmaking. Thus the users of facebook can be more wise in using social media, especially facebook in the search for a mate. This research uses the theory of communication theory such as new media theory. Qualitative methodology with phenomenology approach. Data collection techniques that the authors do is through in-depth interviews with 3 people who have experience of friendships through facebook. The conclusion of this research is facebook as social media of friendship can be positive as sebagai mediator make friendship. Facebook as a social media has the disadvantages and advantages that its use is highly dependent on the user. Honesty in writing the identity of the profile becomes the seriousness of the actors in early introductions. The success of communication at an advanced stage of friendship relies heavily on honesty, openness and compatibility. Suggestions in this research is the use of facebook as a medium of friendship serious ladder must be wise to use. To make good relationships should be done when each other is honest and open their identity. This is to prevent fraud or have fallen in love before knowing its true identity.

Keywords: Facebook, new media, mate

Abstrak

Jodoh bagi kebanyakan orang memiliki arti penting dalam kehidupan. Upaya memperoleh jodoh biasanya dilakukan orang dengan beragam cara, salah satunya melalui media. Facebook sebagai media sosial sering dimanfaatkan orang untuk mencari atau memperoleh teman, baik pada tataran sekedar kenal atau serius. Pencarian teman pada level serius atau jodoh harus disikapi dengan bijak, mengingat ada kekurangan dan kelebihan. Banyak kasus negative seperti penipuan yang terjadi berkedok pencarian jodoh. Di satu sisi ada pula yang berhasil memperoleh jodoh hingga memasuki jenjang pernikahan yang harmonis. Tujuan penelitian ini memaparkan bagaimana peran media sosial facebook sebagai media pertemanan dan perjudohan. Dengan demikian para pengguna facebook dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial, khususnya facebook dalam upaya pencarian jodoh. Penelitian ini menggunakan teori teori komunikasi diantaranya teori media baru. Metodologi kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah melalui wawancara mendalam dengan 3 orang narasumber yang memiliki pengalaman menjalin hubungan pertemanan melalui facebook. Kesimpulan dari penelitian ini adalah facebook sebagai media sosial pertemanan dapat bermanfaat positif sebagai mediator menjalin pertemanan. Facebook sebagai media sosial memiliki kekurangan dan

kelebihan yang penggunaannya sangat tergantung pada si pengguna. Kejujuran dalam menulis identitas profil menjadi kesungguhan pelaku ditahap awal perkenalan. Keberhasilan komunikasi pada tahap lanjut hubungan pertemanan sangat tergantung pada kejujuran, keterbukaan dan kecocokan. Saran dalam penelitian ini adalah penggunaan facebook sebagai media pertemanan jenjang serius harus dapat bijak digunakan. Sebaiknya hubungan tahap lanjut dilakukan bila sudah satu sama lain jujur dan terbuka identitas mereka. Hal ini untuk mencegah adanya penipuan atau terlanjur jatuh hati sebelum mengetahui identitas aslinya.

Keywords: Facebook, media baru, jodoh

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Era digital telah merubah kehidupan manusia. Aktifitas dan perilaku manusia banyak berubah dengan ditemukannya media digital. Perkembangan era digital tidak lepas dari penggunaan internet yang mempermudah orang dalam berkomunikasi walau terhalang ruang dan waktu. Penggunaan internet yang merambah pada hampir semua media komunikasi ini kehidupan manusia mengalami perubahan.

Internet (interconnection networking) merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer atau jaringan komputer dengan jaringan komputer lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio, dan telepon (Bungin, 2006 : 135).

Marshall McLuhan di buku *Understanding Media: The Extensions of Man*, mengemukakan ide bahwa “pesan media ya medianya itu sendiri” (Marshall, 1999:7). McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia dan media yang berbed-beda mewakili pesan yang berbed-beda. Media juga mempengaruhi cakupan serta bentuk dari hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia.

Berdasarkan Laporan Tetra Pak Index 2017 yang belum lama diluncurkan, mencatatkan ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah pengguna media sosial, atau berkisar di angka 40%. Angka ini meningkat lumayan dibanding tahun lalu, di 2016 kenaikan pengguna internet di Indonesia berkisar 51% atau

sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media sosial. Sementara pengguna yang mengakses media sosial melalui mobile berada di angka 39%. Mengusung tema 'The Connected Consumer', edisi ke-10 dari Tetra Pak Index ini memang menggali lebih jauh dunia digital dan konsumen online. Kembali ke 2017, Tetra Pak Index juga mengungkapkan bahwa tercatat ada lebih dari 106 juta orang Indonesia menggunakan media sosial tiap bulannya. Di mana 85% di antaranya mengakses media sosial melalui perangkat seluler. "Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi millennial dan generasi Z; generasi yang lahir di era digital, dimana smartphone dan belanja online sudah menjadi bagian dari keseharian mereka. (Detik.Com, 27 September 2017)

Dikutip dari detik.com yang merilis laporan riset *We Are Social* dan *Hootsuite* yang dirilis di LinkedIn, Jumat (21/4/2017). *Indonesia* menduduki peringkat ke-4 di dunia dengan pengguna *Facebook* paling aktif. Hal ini diungkap dari laporan diklaim kian mendominasi jagat media sosial di dunia. Sampai saat ini, raksasa media sosial milik Mark Zuckerberg itu sudah mengantongi 1.968 miliar pengguna aktif. 89 persen di antaranya mengakses *via smartphone* dan 61 persen mengakses *Facebook* setiap harinya. Setelah dipecah berdasarkan gender, 44 persen pengguna adalah wanita dan 56 persen merupakan pria. Agresifnya pertumbuhan pengguna ini juga didorong oleh jumlah pengguna di India. Dalam 3 bulan terakhir, 22 juta pengguna baru bergabung di Facebook. Setiap harinya, ada 250 ribu pengguna baru. India bahkan disebut-sebut bisa menaklukkan

Amerika Serikat (AS) terkait jumlah pertumbuhan pengguna. Dari tabel yang ada di bawah, memang untuk saat ini Amerika Serikat (AS) masih menduduki peringkat pertama dengan pengguna Facebook paling aktif. Tercatat, ada 219 juta pengguna Facebook di Negeri Paman Sam. Menyusul India setelahnya--beda tipis--dengan jumlah 213 juta pengguna. Brasil duduk manis di peringkat ketiga dengan jumlah 123 juta pengguna, dan Indonesia berada di peringkat keempat dengan 111 juta pengguna. (Detik.com, 21 April, 2017)



Facebook sebagai salah satu yang menjadi keunggulan dari media digital adalah munculnya beragam media sosial yang membuat orang mudah berekspresi dan menjalin pertemanan. Facebook sebagai media sosial memiliki kekhasan tersendiri dibanding media sosial lainnya. User Facebook dapat memposting tulisan dan gambar lebih banyak karakternya dibandingkan media sosial lainnya, seperti Instagram (IG) dan Twitter. Hal ini menjadikan pemanfaatan facebook tidak hanya sebatas media untuk berekspresi namun juga sebagai media menjalin pertemanan. Dulu sebelum era media digital ditemukan menjalin pertemanan dilakukan lebih konvensional. Upaya pencarian teman special atau jodoh sebelumnya dilakukan tanpa melalui media. Hubungan serius antara pria dan wanita dilakukan melalui media sifatnya lebih *private* (pribadi) seperti surat menyurat, sms atau telpon. Penggunaan media sosial *facebook* sebagai media pertemanan telah memberi pergeseran bagi masyarakat. Masyarakat yang tidak sungkan lagi untuk berekspresi memanfaatkan facebook untuk

menjalin pertemanan baik level serius atau tidak. Pemanfaatan facebook sebagai media untuk menjalin pertemanan secara serius memiliki kelebihan dan kekurangan. Facebook sebagai media sosial sangat rentan pula terjadi penipuan seperti pemalsuan identitas pemilik akun. Umumnya dari berbagai kasus penipuan pemalsuan identitas adalah pada nama asli pemilik akun yang disamarkan, usia serta profesi (pekerjaan). Profil asli juga sering diposting tidak sebenarnya misal menggunakan foto orang lain dan mengedit total wajah serta fisik.

Bulan Mei 2016 diberitakan melalui berbagai media ada seorang guru tertipu 650 Juta oleh seorang kenalan facebooknya dengan iming iming ingin dinikahi. Kasus serupa sering terjadi dimana korban mayoritas wanita tertipu oleh kenalan pria bulunya yang di facebook mengaku memiliki profesi bergengsi di sebuah instansi. Ada pula beberapa kasus yang peneliti himpun dimana terjadi tindak criminal seorang pria membunuh kenalan facebooknya karena wajah dan profesi tidak seperti yang ada di profil akun facebook.

Kasus kasus negative facebook itu adalah realita bagaimana facebook sebagai media sosial memiliki potensi besar disalahgunakan orang dalam menjalin pertemanan. Pertemanan bisa dijadikan kedok melalukan penipuan. Di satu sisi menemukan ada beberapa orang yang juga berhasil menemukan jodoh hingga ke jenjang pernikahan bahkan bertahan hingga saat ini.

Tujuan penelitian ini memaparkan bagaimana media sosial facebook dalam perjodohan. Dengan demikian agar orang dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial, khususnya facebook dalam upaya pencarian jodoh.

Kerangka Teori

1. Media Baru

Perkembangan media sosial saat ini adalah tidak lepas dari perkembangan media baru. Istilah media baru sebenarnya tidak lepas dari karakteristik media yang berbeda dari yang

telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi media lama/old media, dan media internet yang mengandung muatan.

Media sosial mulai berkibar dan disenangi banyak orang mengingat fiturnya sangat menarik. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Ada beragam jenis media sosial seperti facebook, Instagram, Path, youtube dan masih banyak lagi. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". (Kaplan : 2010 : 52)

New media merupakan media yang menawarkan digitisation, convergence, interactivity, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktivitas ini memungkinkan pengguna dari new media memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu interactivity inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media. (Flew, 2002: 11-22)

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya. *The Second Media Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Gagasan tentang era media kedua yang sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1980-an hingga saat ini menandai perubahan yang sangat penting dalam teori media. Bagi seseorang, hal ini melonggarkan konsep "media" dari komunikasi "massa" hinggaberbagai media berkisar dari jangkauan yang sangat luas hingga yang pribadi. Kedua, konsep tersebut menarik perhatian kita pada bentuk-bentuk penggunaan media baru yang

dapat berkisar dari informasi individu dan kepemilikan pengetahuan hingga interaksi. Ketiga, tesis tentang era media kedua membawa teori media dan kesamaran yang relatif pada tahun 1960-an pada popularitas yang baru pada tahun 1990-an dan seterusnya.

Era media yang pertama digambarkan oleh (1) sentralisasi produksi (satu menjadi banyak); (2) komunikasi satu arah; (3) kendali situasi, untuk sebagian besar; (4) reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media; (5) audiens massa yang terpecah dan; (6) pembentukan kesadaran sosial. Era kedua, sebaliknya, dapat digambarkan sebagai : (1) desentralisasi; (2) dua arah; (3) diluar kendali situasi; (4) demokratisasi; (5) mengangkat kesadaran individu dan (6) orientasi individu. Mungkin ada dua pandangan dominan tentang perbedaan antara era pertama dengan penekanannya penyiaran dan era media kedua, dengan penekanannya pada jaringan. Kedua pandangan tersebut adalah pendekatan interaksi sosial (social interaction) dan integrasi sosial (social intergration). Pendekatan interaksi sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Bentuk media penyiaran lebih lama dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Media tersebut dianggap sebagai mediasi realitas bagi konsumen. Sebaliknya, media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. Pierre Levy yang menulis buku terkenal "cyberculture" memandang world wide wibe sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokrasi tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Cara kedua yang membedakan media adalah dengan integrasi sosial.

Pendekatan ini menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual atau

bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kata saling memiliki. (Littlejohn, Stephen W and Karen A. Fross. 2009).

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah satu unsur yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Dalam memenuhi tujuan penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada kualitas atau hal yang terpenting dari sifat suatu barang atau jasa. Hal terpenting dari suatu barang atau jasa berupa kejadian atau fenomena atau gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori (Satori dan Komariah, 2009:22).

Fenomenologi merupakan suatu metode penelitian yang kritis dan menggali fenomena yang ada secara subjektifitas pengalaman hidup manusia sebagai metode yang merupakan penggalan langsung pengalaman yang disadari dan menggambarkan fenomena yang ada tanpa terpengaruh oleh teori sebelumnya dan mungkin tidak perlu menguji tentang dugaan atau anggapan sebelumnya (Streubert and Carperter, 2011)

Menurut Lincoln dan Guba dalam Sugiyono wawancara adalah suatu cara mendapatkan informasi yang diperlukan dalam Tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan individu yang berkaitan dengan penelitian (2010 : 235)

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan oleh narasumber yang berusia antara 30 tahun – 52 tahun. JR, HS dan ZR menggunakan *facebook* sebagai sarana untuk berekspresi dengan berbagai kegiatan yang

mereka lakukan. Mereka memiliki *facebook* sudah cukup lama. JR memiliki akun *facebook* telah 15 tahun, HS 5 tahun, dan ZR 10 tahun. Keseluruhan narasumber adalah perempuan yang berdomisili di Kota Jakarta dan Padang. Narasumber yang telah lama memiliki akun *facebook* bahkan hingga kini masih aktif di *facebook* menunjukkan bahwa *facebook* memiliki kelebihan yang tidak dimiliki media sosial lainnya.

J.D. Walt (www.asburyseminary.edu) : "Radio membutuhkan waktu 38 tahun untuk menjangkau 50 juta pengguna, televisi membutuhkan waktu 13 tahun untuk menjangkau 50 juta pengguna, internet membutuhkan waktu 4 tahun untuk menjangkau 50 juta pengguna, dalam waktu 3 tahun ipod telah mencapai 5 juta pengguna, tetapi Facebook telah mencapai 100 juta pengguna dalam tempo kurang dari 9 bulan."

Ketiga narasumber yang diwawancarai menggunakan profil data asli di *facebook*. "Memangnya kita PSK (Pekerja Seks Komersial) menggunakan nama samaran," kata HS. Dari ketiga narasumber hanya JR dan yang tidak menggunakan edit penampilan. "Saya ini perempuan maskulin. Apa adanya. Saya tidak begitu memperhatikan penampilan" kata JR. "Lagipula saya memiliki akun *facebook* benar benar untuk publikasi kegiatan saya yang kadang perlu untuk dishare," kata JR. Sementara ZR tidak mengedit penampilannya dengan alasan sesuai dengan aslinya. Berbeda dengan HS yang menggunakan *facebook* untuk mencari jodoh. Karenanya ia mengedit penampilan mereka "Ingin terlihat lebih cantik dan menarik aja difoto. Juga enak dilihat," pengakuan HS.

JR yang tidak menjadikan *facebook* sebagai media cari jodoh walau akhirnya melalui *facebook* ia mendapat jodoh. "Gak pernah dari awal menjadikan *facebook* sebagai media mencari jodoh," kata JR. "Saya tak merencanakan cari jodoh. Perkenalan saya dengan suami saya saat ini natural. Kebetulan media tempat kami ketemu *facebook*. Berbeda dengan HS yang menjadi FB sebagai media

untuk cari jodoh “Awalnya hanya untuk cari teman saja, tapi kok belakangan ketika aku merasa jomblo ga punya siapa-siapa, aku iseng pake FB untuk cari jodoh. Banyak sih yang tertarik sama aku, tapi komitmen menikah ngga mau. Tapi aku ga peduli, sampai aku benar-benar ketemu sama di (suamiku) yang juga takdir kali ya untuk ketemu aku. Terus FB manfaatnya banyak sekali untuk aku, terutama dalam menjalin sebuah relations. ZR malah memiliki pengalaman berpacaran beberapa kali dari pertemanan facebook. “Iya, di rencanakan. Karena sebenarnya aku sudah putus asa dengan hidup ini. Berkali-kali dapat pacar di FB. Malah di kecewakan dan disakitin, bahkan saya pernah sampai melakukan seks bersama. Tapi justru ga berjodoh,” jelasnya

Umumnya kedekatan terjalin di *facebook* dengan cara memberi *like* atau *comments*. Namun bilamana ada kecocokan dan komunikasi berlanjut mereka melakukan pertemuan atau kopi darat. Dalam kopi darat biasanya menentukan apakah berlanjut atau tidak hubungan mereka. Bagi ZR memperhatikan kecocokan fisik sangat penting. Mengingat selama ini mereka berkomunikasi melalui media.

“Karena ketertarikan fisiknya, aku orangnya pemilih, sehingga bagi aku jika tidak sesuai dengan standar, maka aku tidak akan meneruskan hubungan berkomunikasi pada lawan jenis tersebut”, kata ZR.

Mayoritas dari narasumber menegaskan bahwa awal berkenalan di di Facebook. Sering beri komentar atau *like* hingga hubungan akrab.

“Kenalan dulu, terus dia messenger saya, dan kemudia tukar nomer HP, dan selanjutnya komunikasi melalui telpon, WA dan BBM. Memutuskan pertemuan pertama dengan hati yang ragu, tapi keraguannya akhirnya hilang setelah saya yakin bahwa dia jodoh saya,” kata HS.

Sementara JR menyampaikan bahwa “Awal saya gak mau ketemuan. Karena saya pikir itu iseng atau becanda aja. Biasalah laki laki. Apalagi banyak kasus macam macam dari *facebook*. Eh gak taunya tanpa direncanakan

ketemu pas ada acara. Saya kopi darat sih kayanya sama aja wajahnya. Mungkin dia kecewa melihat saya..haha. difoto biasa aslinya juga biasa. Pas abis ketemuan kami juga gak langsung dekat. Saya tipe orang yang cuek dan sama laki laki tidak begitu baper (bawa perasaan),” jelas JR

HS menyampaikan walau fisik menentukan ia lebih mempertimbangkan kecocokan dan kebaikan hati.

“Tidak saya tertarik dari hatinya yang baik sekali. Dia ngga ganteng tapi dia punya hati yang luar biasa. Terus dewasa. Saya ngga menyangka dia juga suka sama saya. Kami hanya sebentar berkenalan, dia ajak saya menikah dan mengenalkan pada keluarganya. Orangtua saya juga setuju karena memang saya yang kebetul juga menikah”. Tegas HS

Dari ke 3 narasumber mayoritas melakukan penjangjangan dengan komunikasi langsung. Menggunakan SMS, BBM . Menurut HS “Pernah sih dulu sama yang lain sebelum nikah ini dekta juga lewat FB sama cowo. Tapi setelah ketemuan dia ga bisa di hubungi lagi tapi FB selalu aktif. Ya saya juga ngga mau duluan komunikasi lagi, saya kan perempuan masa saya yang lebih agresif sih, ngga saya hiraukan lagi. Artinya ketika dia ngga berusaha hubungi saya ya di situ pula lah saya juga akan meninggalkannya. Bahkan ZR memiliki pengalaman lebih parah setelah hubungan dekat dan sempat melakukan hubungan seks, pasangan yang dikenal melalui facebook itu tak muncul muncul lagi. “Untung saya sudah mendapat penggantinya orang yang baik,” kata ZR; Disampaikan oleh ZR bila harus berhati hati mengenal lawan jenis melalui media sosial. “Jangan cepat terpedaya dan percaya,” tegasnya.

Uniknya dari ke 3 narasumber, mereka hampir sama setelah hubungan berlanjut ke arah yang lebih serius, mereka tidak terlalubanyak memposting foto atau status tentang hubungan mereka. Menurut HS dan ZR bahwa mereka lebih nyaman komunikasi tidak menggunakan media public seperti facebook. “Mau ngomong rahasia gak bisa dong,” kata mereka hampir bersamaan. Sementara itu menurut JR,

“hubungan orang dewasa tidak terlalu gembar gembor seperti di media sosial *facebook*. Ngapaian sih muji dan saying sayangan di ketahui orang banyak. Emang ABG. Orang dewasa kalau serius pasti lebih suka jalur pribadi (japri).

Hingga saat ini setelah ke-3 narasumber menikah dengan pasangan, mereka juga jarang memposting foto bersama keluarga. Sesekali mereka suka memposting tentang anak atau acara keluarga. Ketiga narasumber lebih cenderung menggunakan *facebook* untuk bisnis atau kegiatan kantor.

Dari pemaparan diskusi di atas sangat jelas bahwa *facebook* sebagai media sosial sangat berperan dalam menjalin pertemanan atau mencari jodoh. Namun demikian sejauhmana kecocokan dann keberlanjutan terjalin sangat tergantrung pada komunikasi kedua belah pihak. Hal ini dapat dilihat setelah adanya kedekatan narasumber cenderung menggunakan komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal merupakan dipahami sebagai komunikasi yang melibatkan dua orang atau komunikasi yang secara kontekstual merupakan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal secara kontekstual memang sangat berbeda dari komunikasi kelompok, meskipun terjadi dalam kelompok kecil. Komunikasi interpersonal mensyaratkan keterlibatan penuh pihak yang terlibat. Jika salah satu pihak menarik diri dari percakapan maka komunikasi interpersonal pun praktis akan berakhir. Jelas, kondisi ini juga berlaku di media sosial. Dalam media sosial, komunikasi tak terjadi secara interaktif jika pihak yang diajak berkomunikasi menarik diri dari percakapan yang ada. Jika pertukaran informasi tidak terjadi, maka pihak pemberi informasi, dalam hal ini pemilik akun media sosial hanya melakukan komunikasi searah, namun begitu ada pihak lain yang menanggapi apa yang dituliskannya dan terjadi interaksi maka komunikasi interpersonal terjadi (Adler & Rodman, 2006:188- 189)

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *facebook* sebagai media sosial pertemanan dapat bermanfaat positif sebagai mediator menjalin pertemanan. *Facebook* sebagai media sosial memiliki kekurangan dan kelebihan yang penggunaannya sangat tergantung pada si pengguna. Kejujuran dalam menulis identitas profil menjadi kesungguhan pelaku ditahap awal pengenalan. Keberhasilan komunikasi pada tahap lanjut hubungan pertemanan sangat tergantung pada kejujuran, keterbukaan dan kecocokan.

Saran dalam penelitian ini adalah penggunaan *facebook* sebagai media pertemanan jenjang serius harus dapat bijak digunakan. Sebaiknya hubungan tahap lanjut dilakukan bila sudah satu sama lain jujur dan terbuka identitas mereka. Hal ini untuk mencegah adanya penipuan atau terlanjur jatuh hati sebelum mengetahui identitas aslinya.

Referensi

- Djaman, Satori dan Komariah, Aan. 2010 *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Alfabeta
- Flew, Terry. 2002. *New Media : An Introduction*. New York: Oxford University Press,
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9, Jakarta: Salemba Humanika
- Ronald B. Adler & George Rodman. 2006. *Understanding Human Communication*, New York: Oxford University Press.
- Streubert, H.J, Carpenter. *Qualitative research in nursing Advamcing thehumanistic imperative*, 5th ed., Wolter Kluer Health
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta