



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**EKSPRESI AFEKSI DALAM *TWITTER*  
STUDI PADA REMAJA *FOLLOWERS* DI AKUN @SOALCINTA**

**SKRIPSI**

**ARBITYA PRADIZA PUTRA**

**0906612970**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM SARJANA EKSTENSI**

**DEPOK**

**JANUARI 2012**

1



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**EKSPRESI AFEKSI DALAM *TWITTER*  
STUDI PADA REMAJA *FOLLOWERS* DI AKUN @SOALCINTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial**

**ARBITYA PRADIZA PUTRA**

**0906612970**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM SARJANA EKSTENSI**

**DEPOK**

**JANUARI 2012**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : EKSPRESI AFEKSI DALAM *TWITTER*  
STUDI PADA REMAJA *FOLLOWERS* DI AKUN @SOALCINTA  
Nama : Arbitya Pradiza Putra  
NPM : 0906612970

Laporan Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui.

23 Desember 2011



**Dewi Chandra Kirana, S.Sos., M.Si**  
**Pembimbing Tugas Akhir**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh

Nama : Arbitya Pradiza Putra  
NPM : 0906612970  
Program Studi : Komunikasi Massa  
Judul Skripsi : **ESKPRESI AFEKSI DALAM *TWITTER* (Studi Pada Remaja Followers Di akun @SoalCINTA)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing Skripsi : Dewi Chandra Kirana, S.Sos., M.Si

Penguji : Donna Asteria, S.Sos., M.Hum

Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si

Sekretaris Sidang : Kinkin Yuliaty Subarsa P. S.Sos., M.Si

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 12 Januari 2012

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya akhir saya sendiri, dan semua sumber yang telah dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Arbitya Pradiza Putra

NPM : 0906612970

Tanda Tangan :



Tanggal : 23 Desember 2011

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, akhirnya selesai masa pendidikan di FISIPUI, program ekstensi Komunikasi Massa. Peneliti menyadari selama proses penulisan skripsi tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, sangat sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Papa dan mama yang pada semester ini telah memberikan pengertian yang sangat luar biasa. Untuk kasih sayang, pengertian dan pengorbanan kalian, terima kasih banyak.

2. Dewi Chandra Kirana S.Sos., M.Si. atau Mbak Kicky selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberi masukan, dorongan, dan semangat untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi di semester ini.

3. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si, selaku Ketua Program Ekstensi Ilmu Komunikasi dan ketua sidang skripsi, yang telah membantu dan memberi masukan yang sangat berarti kepada penulis dari awal pengerjaan skripsi sampai selesai.

4. Donna Asteria, S.Sos., M.Hum, selaku penguji ahli dan Kinkin Yulianty S.Sos., M.Si selaku sekretaris sidang. Terima kasih atas masukan yang diberikan selama sidang skripsi

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada peneliti.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arbitya Pradiza Putra  
NPM : 0906612970  
Program Studi : Komunikasi Massa  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**EKSPRESI AFEKSI DALAM TWITTER**

(STUDI PADA REMAJA *FOLLOWERS* DI AKUN @SOALCINTA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 23 Desember 2011

Yang menyatakan,



(Arbitya Pradiza Putra)

## ABSTRAK

Nama : Arbitya Pradiza Putra  
Program Studi : Komunikasi Massa  
Judul : **EKSPRESI AFEKSI DALAM *TWITTER*** (STUDI PADA  
REMAJA *FOLLOWERS* DI AKUN @SOALCINTA)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana pengguna *Twitter* yang sebagian besar adalah remaja dengan kisaran usia 12-25 tahun membuat *Twitter* menjelma menjadi sebuah *lifestyle*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, paradigma konstruktivis dengan strategi fenomenologi. Wawancara mendalam dilakukan kepada 3 orang informan remaja untuk mengetahui bagaimana dan mengapa mereka melakukan ekspresi afeksi terhadap pasangan dalam *Twitter*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspresi afeksi yang dilakukan oleh para informan lebih merupakan suatu kebutuhan untuk mendapatkan perhatian pasangan, disamping itu sebagai akibat adanya *peer pressure*. Dari hasil keseluruhan wawancara mendalam pada informan terungkap bahwa adanya kebutuhan ekspresi afeksi dan *peer pressure* menyebabkan terjadinya fenomena bergesernya batasan *privacy*.

Kata kunci: *Twitter*, Remaja, *Communication Privacy Management Theory*.



## ABSTRACT

Name : Arbitya Pradiza Putra

Program : Mass Communication

Title : **AFFECTION EXPRESSION IN TWITTER** (STUDY IN  
@SOALCINTA TEENS FOLLOWERS)

This research aim to provide a review how teens, between 12-25 years old, as majority users in Twitter make Twitter stand out as a lifestyle. This research use qualitative approach, constructivist paradigm, and the research method is phenomenology. Indepth interview are conduct in 3 different teens to know how and why they express their affection to their spouse in Twitter.

Research outcome shows that teen affection expression is form of their needs to attract spouse attention adn peer pressure also trigger this. From interviewing all teens sources the needs of expressing their affection and peer pressure applied are reason why teens tends to have constant renegotiate privacy boundaries.

Keywords: Twitter, Teens, Communication Privacy Management Theory.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA .....	xii
LAMPIRAN TRANKSRIP WAWANCARA .....	xiii
BAB 1.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Permasalahan.....	9
1.3    Tujuan Penelitian .....	11
1.4    Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1.    Manfaat Akademis .....	11
1.4.2    Manfaat Praktis.....	11
1.4.3    Manfaat Sosial.....	11
BAB 2.....	12
2.1    Teori Manajemen <i>Privacy</i> Komunikasi (Communication Privacy Management) ...	13
2.1.1    Asumsi dasar CPM.....	14
2.1.1.1    Informasi Privat.....	14
2.1.1.2    Batasan Privat .....	15
2.1.1.3    Kontrol dan kepemilikan .....	15
2.1.1.4    Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan .....	15

2.1.1.4.1	Karakteristik Aturan <i>Privacy</i> .....	16
2.1.1.4.2	Koordinasi Batasan.....	17
2.1.1.4.3	Turbulensi Batasan.....	18
2.1.1.5	Dialektika Manajemen .....	18
2.1.2	<i>Privacy</i> .....	19
2.1.3	Afeksi.....	20
2.2.	Remaja .....	21
2.3	Asumsi Teoritis.....	23
<b>BAB 3</b>	.....	<b>24</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	24
3.2	Pendekatan Penelitian .....	25
3.3	Sifat Penelitian .....	25
3.4	Strategi Penelitian.....	26
3.5	Unit Analisis.....	27
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7	Alasan Pemilihan Unit Analisis .....	27
3.8	Proses Analisis Data .....	28
3.10	Kualitas Penelitian.....	30
<b>BAB 4</b>	.....	<b>32</b>
4.1	<i>TWITTER</i> .....	32
4.2	@SoalCINTA .....	38
<b>BAB 5</b>	.....	<b>40</b>
<b>ANALISIS HASIL PENELITIAN</b>	.....	<b>40</b>
5.1	Deskripsi informan .....	40
•	Latar belakang informan .....	40
5.2	Media Habit.....	43
•	Sumber Informasi Sehari-hari .....	43
•	Jenis Media dan <i>Gadget</i> yang Digunakan .....	45
•	Penggunaan <i>Twitter</i> .....	48

• Akun dalam <i>Twitter</i> .....	51
5.3 CPM.....	54
• Informasi Privat.....	54
• Batasan Privat .....	57
• Kontrol dan Kepemilikan.....	59
• Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan .....	61
• Kriteria Motivasional.....	63
• Kriteria Resiko-Keuntungan .....	64
• Dialetika Manajemen.....	65
• Karakteristik Aturan Privacy.....	66
• Koordinasi Batasan.....	68
• Turbulansi Batasan.....	69
• <i>Privacy</i> .....	71
• Afeksi.....	74
• Peer Pressure .....	77
BAB 6.....	79
BAB 7.....	90
7.1 Kesimpulan.....	90
7.2 Implikasi.....	91
7.2.1 Implikasi Akademis.....	91
7.2.2 Implikasi Praktis .....	92
7.3 Rekomendasi.....	92
7.3.1 Rekomendasi Akademis.....	92
7.3.2 Rekomendasi Sosial.....	92
Daftar Pustaka .....	93

## DAFTAR GAMBAR

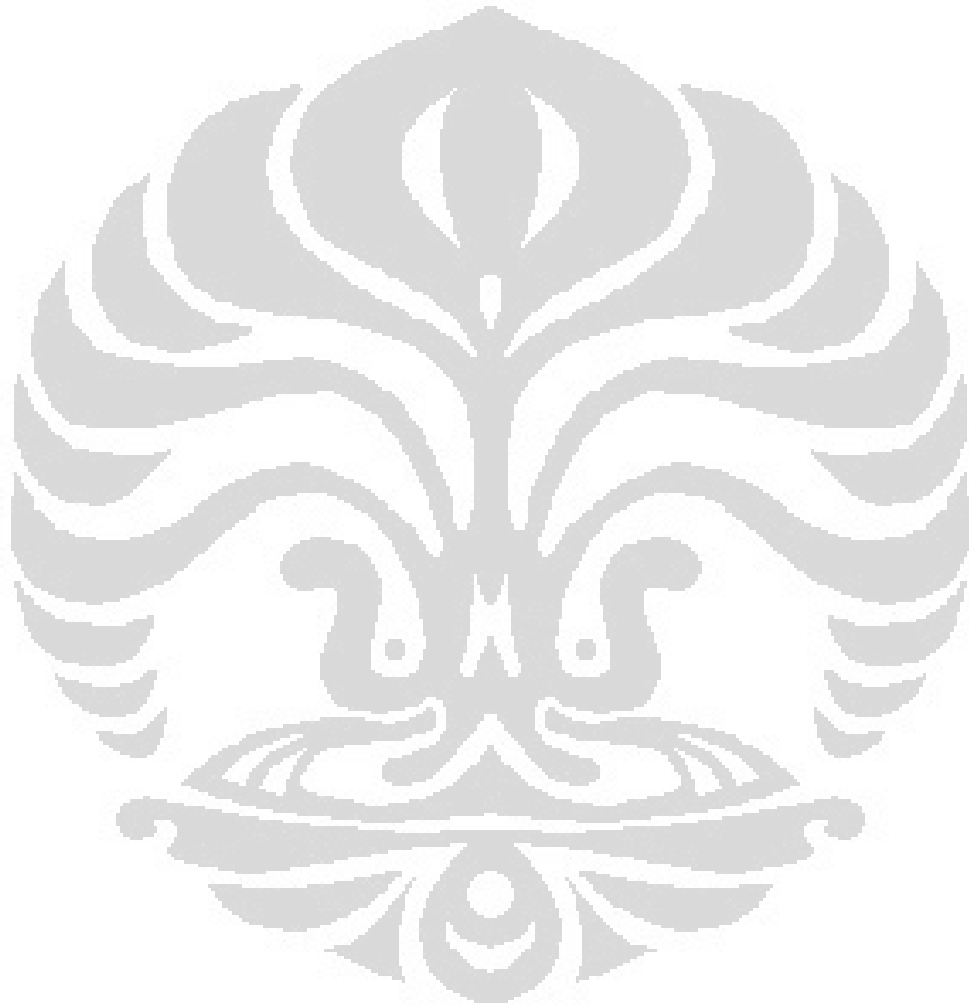
Gambar 1. Contoh <i>tweet</i> dari <i>followers</i> akun @SoalCINTA.....	1
Gambar 2. <i>Pie Chart Internet User</i> di dunia.....	3
Gambar 3. Pencarian <i>keyword Twitter</i> dalam <i>google</i> .....	5
Gambar 4. Prosentase akun <i>Twitter</i> yang berasal dari Indonesia.....	6
Gambar 5. Contoh <i>Timeline</i> dari akun @SoalCINTA.....	9
Gambar 6. Tampilan <i>Timeline</i> dalam <i>Twitter</i> . .....	33
Gambar 7. Penggunaan RT dan <i>hashtag</i> dalam <i>Timeline</i> . .....	34
Gambar 8. <i>Profile</i> akun @SoalCINTA.....	38



**LAMPIRAN  
PEDOMAN  
WAWANCARA**



**LAMPIRAN  
TRANSKRIP  
WAWANCARA**





# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah



**Gambar 1. Contoh *tweet* dari *followers* akun @SoalCINTA**

Potongan gambar di atas merupakan potongan dari *web search* dalam *Twitter* dengan kata kunci @SoalCINTA. Terlihat dengan sangat jelas disaat akun @SoalCINTA memberikan pertanyaan *Cara perlakuan pacar yg bener itu yg kayak gimana?* Dan salah satu *followers*nya yaitu @veronicaaach menjawab "Relationship without commitment and rules (Y)". Begitu juga disaat @SoalCINTA bertanya *Siapa temenmu yg kayaknya susah banget dapetin pacar?* Salah satu *followernya* @bulanicecream menjawab dengan lugas bahwa dirinya lah yang seperti itu.

Ini hanya contoh dua akun dari berbagai *followers* akun @SoalCINTA yang tidak segan-segan untuk mengungkapkan informasi pribadi mereka diruang publik. Dilihat dari namanya saja, akun

@SoalCINTA, maka dapat dipastikan bahwa informasi yang diungkapkan adalah preferensi afeksi seseorang. Bila dilihat lebih lanjut lagi akun yang sering *meReTweet* @SoalCINTA rata-rata adalah para remaja.

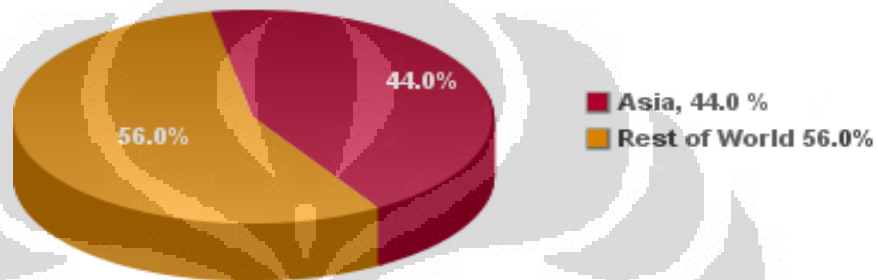
Ini dapat dilihat pada *ReTweet* terhadap *tweet-tweet* akun @SoalCINTA yang rata-rata didalam *tweet* tersebut memiliki kata-kata tertentu yang sangat identik dengan kaum remaja saat ini seperti *kepo*, *gengges* dan *peres* dsb. Atau avatar dari akun yang melakukan *ReTweet* tersebut pun biasanya memiliki avatar *standard* yang berlaku dikalangan remaja *gaul* ibu kota.

Ada apa dengan remaja dan *Twitter*? Penelitian yang dilakukan oleh [www.Cisso.com](http://www.Cisso.com) menunjukkan bahwa sekarang ini terjadi internet menjadi sebuah kebutuhan dasar manusia yang setara dengan udara, air, tempat tinggal dan makanan. Seiring dengan perkembangan teknologi manusia kedudukan internet mulai bergeser menjadi kebutuhan primer manusia. Kemudahan dalam mengakses internet baik menggunakan komputer maupun perangkat *mobile* sangat memanjakan para pengguna internet. Fasilitas dan segala kemudahan yang ditawarkan oleh internet itu sendiri sangat menggoda manusia untuk bergantung.

Menurut data statistik dari [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm) kita dapat melihat bahwa konsentrasi pengguna internet di Asia sangatlah besar. Mengutip data dari sumber yang sama tercatat bahwa Indonesia menempati urutan ke 4 dalam penggunaan internet (*internet users*) tetapi justru menempati tempat teratas dalam kategori pengguna *Facebook* (*Facebook Subscribers*) yang merupakan situs jejaring sosial yang terkenal sebelum *Twitter*. Ini didukung juga oleh riset yang dilakukan oleh *The Nielsen Company* Indonesia bahwa rata-rata

pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu 14 jam/hari untuk mengakses internet.

### Internet Users in Asia March 31, 2011



Source: [www.internetworldstats.com/stats3.htm](http://www.internetworldstats.com/stats3.htm)  
 922,329,554 estimated Internet users in Asia for 2011Q1  
 Copyright © 2011, Miniwatts Marketing Group

**Gambar 2. Pie Chart Internet User di dunia**

*Twitter* merupakan *Social network*/situs jejaring sosial yang berbasis *microblogging*, artinya *Twitter* adalah sebuah layanan web yang memungkinkan pelanggan untuk menyiarkan pesan singkat kepada pelanggan lain (Juju, Dominikus dan Matamaya Studio, 2003, p.3-6). Awal gagasan dari pembuatan *Twitter* adalah layanan seperti pesan singkat melalui internet dengan media *web* yang diperuntukkan sebagai media komunikasi dalam komunitas kecil (<http://mediaanakindonesia.wordpress.com/2011/09/07/twitter-jejaring-sosial-yang-paling-trendy/> diakses tanggal 12 oktober, pukul 11:33am)

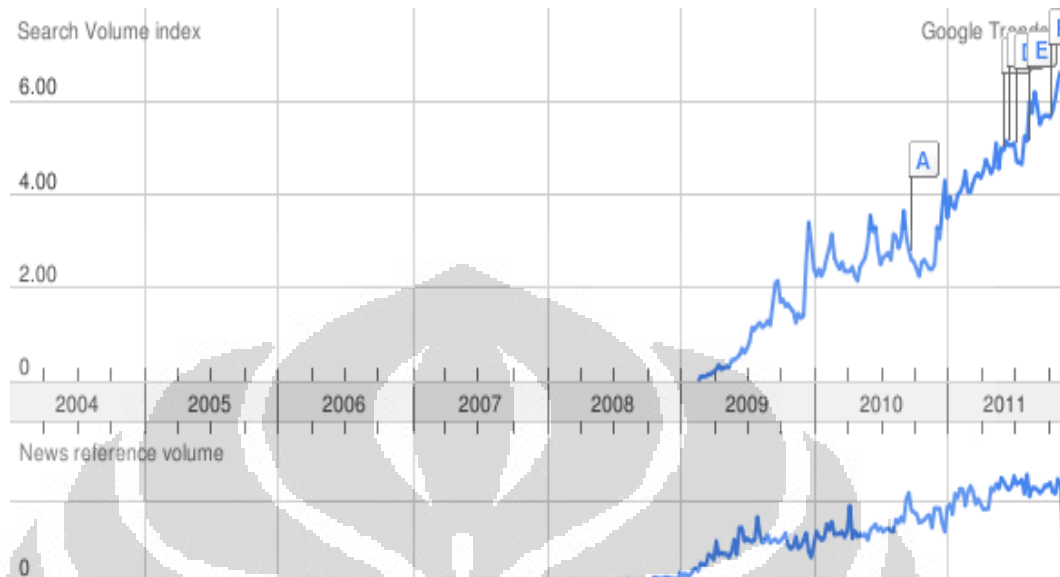
Situs jejaring sosial sendiri mempunyai pengertian sebuah struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi

spesifik seperti ide, nilai, visi, teman dan keturunan. (Ridwan Nawawi, 2008). Bersosialisasi melalui situs jejaring sosial mungkin sekarang sudah menyerap menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia. Setiap jejaring sosial yang jenisnya baru biasanya akan mendapat sambutan yang hangat dari pengguna internet di Indonesia.

Seperti yang terjadi beberapa tahun silam ketika situs jejaring sosial pertama di Indonesia, *Friendster*, mulai hadir ditengah masyarakat. Hanya dalam beberapa waktu saja *Friendster* segera menjadi *icon* dikalangan anak muda saat itu. Ketika *Facebook* pertama kali keluar dan menjelma menjadi demam *Facebook* yang mendunia remaja pun tidak mau kalah. Namun kebutuhan akan sesuatu yang lebih efisien dan efektif membuat remaja terus mencari situs jejaring sosial yang tepat.

Bila melihat sejarah situs jejaring sosial *Twitter*, *Twitter* itu sendiri sebenarnya sudah ada sejak tahun 2006 tetapi baru baru mulai *booming* di Indonesia pada awal tahun 2009. Sepertinya dibutuhkan waktu beberapa saat bagi remaja untuk mulai mengadopsi *Twitter*. Salah satu faktor yang memungkinkan hal ini terjadi adalah *Twitter* menawarkan kedinamisan seperti yang diinginkan remaja.

Melihat kembali ke awal *Twitter*, situs jejaring sosial satu ini hanya dikenal dan dipergunakan dikalangan anak muda, mengingat keterbatasan jumlah *text* yang dapat dimasukan sebagai *status update* menjadikan masyarakat tidak begitu menyukai *Twitter*. Namun kemudahan berbagi informasi kapan saja dan dimana saja membuat remaja mulai melirik situs jejaring sosial ini.

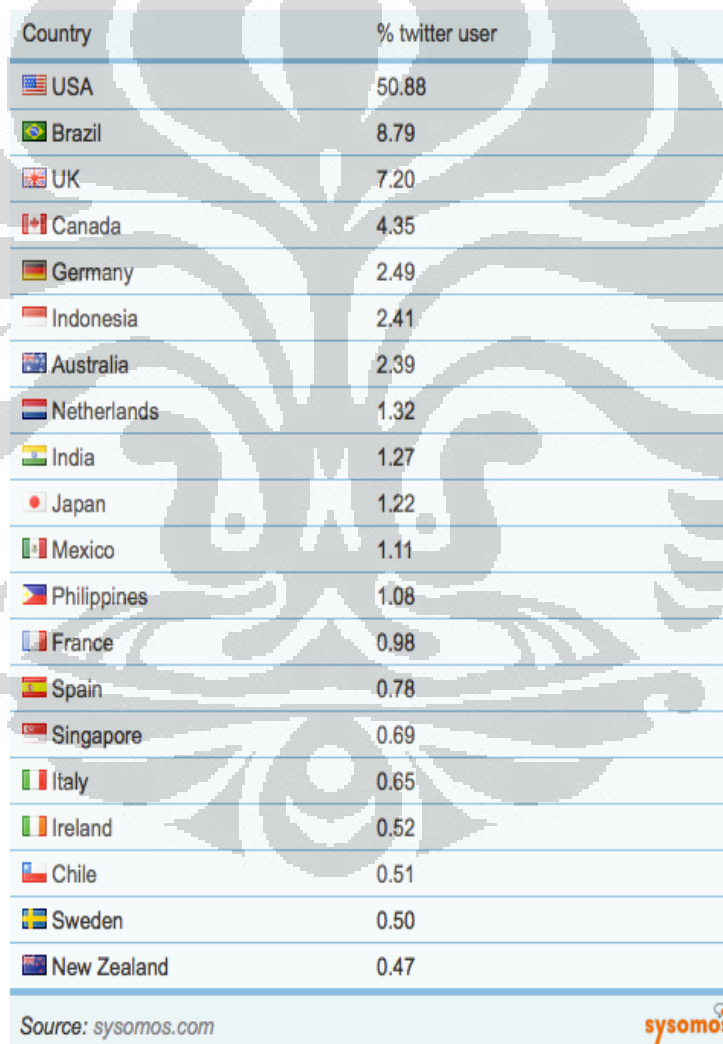




















**Gambar 3. Pencarian *keyword Twitter* dalam *google***

Bila kita dapat lihat sendiri pada grafik yang disediakan oleh *google trends* diatas ini, terlihat bahwa pencarian dengan *keywords Twitter* yang melalui mesin *google* Indonesia mulai ada peningkatan diawal tahun 2009 dan langsung menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Ketersediaan akses internet yang terus menerus dalam telepon genggam juga turut memicu jumlah remaja pengguna *Twitter* yang berasal dari Indonesia terus berlipat ganda setiap harinya.

Dalam jangka waktu 2 tahun saja Indonesia dapat menempati urutan ke 6 dari seluruh negara di dunia dengan jumlah pengguna *Twitter* terbanyak. Diperkirakan hingga pertengahan 2012 akun yang berasal dari Indonesia akan mencapai angka 6 juta akun *Twitter*. Angka ini tentu didukung dengan keunggulan penggunaan *Twitter* yang bersifat *mobile* dan *real-time*. Kedua sifat *Twitter* tersebut yang mempunyai peranan penting dalam *boomingnya Twitter* di Indonesia.

Melalui akun *Twitter* setiap orang dapat berbagi informasi dan mengungkap apapun yang dia inginkan melalui *Timelinenya*. Hal ini tentu tidak terlepas dari manusia sebagai makhluk sosial dimana manusia merupakan individu yang dalam kehidupan sehari-hari tentu tidak bisa dilepaskan dalam berhubungan dengan orang lain. Namun tidak semua individu pengguna *Twitter* mempunyai sifat keterbukaan yang sama.



Country	% twitter user
 USA	50.88
 Brazil	8.79
 UK	7.20
 Canada	4.35
 Germany	2.49
 Indonesia	2.41
 Australia	2.39
 Netherlands	1.32
 India	1.27
 Japan	1.22
 Mexico	1.11
 Philippines	1.08
 France	0.98
 Spain	0.78
 Singapore	0.69
 Italy	0.65
 Ireland	0.52
 Chile	0.51
 Sweden	0.50
 New Zealand	0.47

Source: [sysomos.com](http://sysomos.com)

**Gambar 4. Prosentase akun *Twitter* yang berasal dari Indonesia**

Ini dapat kita lihat secara jelas pada *Timeline* kita sehari-hari. Cukup sediakan sedikit waktu untuk melihat rata-rata *tweet* yang hadir dalam *Timeline*, dapat dipastikan *tweet* dengan bentuk berupa *ReTweet* dari suatu akun akan tampak mendominasi *Timeline*. Sayangnya tidak semua informasi dalam *ReTweet* tadi akan berguna bagi diri kita, dan terkadang ada beberapa *tweet* yang jelas-jelas mengandung informasi pribadi mengenai diri seseorang.

Petronio (2002) menyatakan, setiap individu memutuskan apa yang harus diungkapkan dan apa yang harus dirahasiakan bukanlah keputusan yang dapat langsung diambil, melainkan merupakan tindakan penyeimbangan yang berlangsung secara terus-menerus. Baik keterbukaan dan *privacy* memiliki risiko serta penghargaan bagi individu dalam semua situasi yang dihadapinya. *Privacy* dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk menentukan kapan, bagaimana, dan sejauh mana informasi pribadi disebarkan kepada orang lain (Westin, 1967).

Pengelolaan *privacy* tersebut tidak hanya diperuntukan di dunia nyata, sekarang individu bisa menyebarkan informasi pribadi mereka kepada orang lain melalui situs jejaring sosial seperti *Twitter*. Banyak orang menggunakan *Twitter* untuk mengungkapkan perasaan mereka, memberitahukan, mempublikasikan kepada masyarakat, kelompok, atau satu dua individu, bahkan saat ini sudah berkembang menjadi media iklan bagi beberapa produk.

Dari hari ke hari semakin banyak bermunculan akun-akun *Twitter* yang sepertinya diperuntukkan bagi remaja. Seperti @RadioGalauFM misalnya, akun satu ini mengupdate *tweet-tweet* yang populer dikalangan remaja dengan istilah *galau*. Ekspresi *galau* sendiri

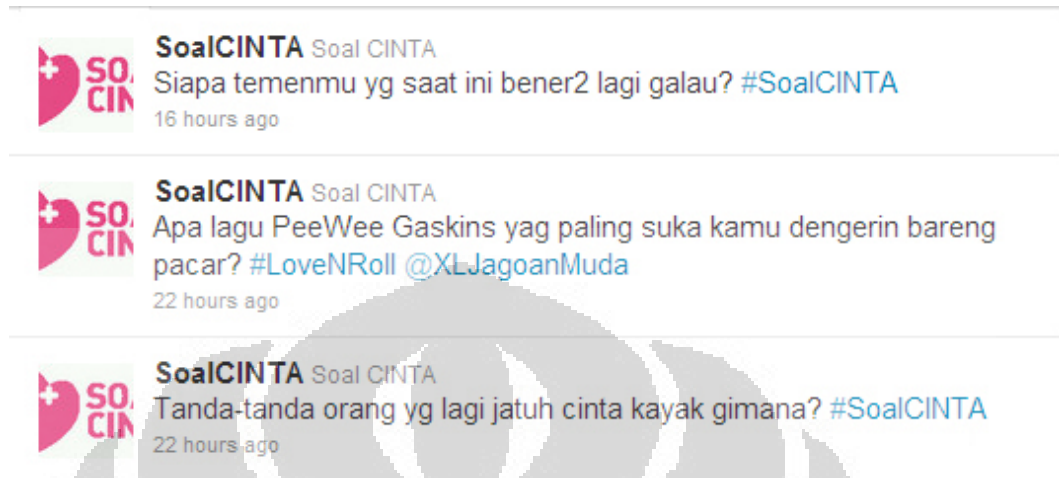
menandakan kepada seluruh *followers* dari suatu akun tertentu bahwa akun yang *meReTweet*, sedang merasa sedih, gundah dan gelisah.

Ada beberapa sifat *Twitter* yang masuk ke dalam tingkatan komunikasi. Komunikasi dalam *Twitter* dapat berupa komunikasi massa yang bisa menjadi komunikasi publik, kelompok ataupun organisasi. Setiap orang mengetahui bahwa ketika dia menulis status di *Twitter*, baik teman maupun orang-orang yang *memfollow* akan mengetahuinya. Mereka memiliki tujuan sendiri-sendiri untuk menuliskan status tersebut. Misalkan Nasa memberitahukan keberadaan air di Planet Mars, Israel mengumumkan secara resmi jika hendak mengadakan konferensi pers (*Twitter? Apa Sih Itu?*, 2009,para.3).

Dari sekian banyak kegiatan yang dapat dilakukan di *Twitter*, satu hal wajib yang sepertinya disetujui semua pengguna *Twitter* adalah *memfollow* akun lain yang sesuai kebutuhan dan pengungkapan diri. Banyak sekali akun *Twitter* yang dapat kita *follow* sesuai dengan kebutuhan kita. Salah satu akun yang saat ini banyak di*follow* anak muda (remaja) di Indonesia adalah akun @SoalCINTA. Hingga oktober 2011 akun ini tercatat mempunyai sekitar 800 ribu *followers*.

Bukan tidak mungkin akun @SoalCINTA ini sudah banyak diketahui khalayak dalam *Twitter*, karena *followers* dari @SoalCINTA sendiri merupakan 1/6 dari keseluruhan jumlah akun *Twitter* yang tercipta di Indonesia. Maka tidak heran bila kita lihat *Timeline* kita secara seksama setidaknya terselip satu atau dua *tweet* yang berisi curahan hati atau prefensi afeksi seseorang lengkap dengan *hahstag* #SoalCINTA dibelakangnya.





**Gambar 5. Contoh *Timeline* dari akun @SoalCINTA**

Akun @SoalCINTA ini sering melontarkan pernyataan dan mempertanyakan hal-hal seputar cinta. Dan para *followers*nya me-*ReTweet* dengan jawaban atau komentar mereka, yaitu menulis status tentang pertanyaan-pertanyaan yang berisi tentang cinta, lalu para *followers* mereka menjawab soal tersebut. *Tweet* dari mereka tersebut merupakan pengungkapan informasi pribadi *followers*. Para *followers* @SoalCINTA tanpa sadar sudah meluapkan ekspresi afeksi mereka dan sedikit banyak membeberkan informasi pribadi mereka dan membuka *privacy*.

## 1.2 Permasalahan

*Twitter* merupakan salah satu situs jejaring sosial yang sedang populer, terutama di kalangan remaja Indonesia. Sebagai jejaring sosial tentunya *Twitter* sebagai media publik yang dapat diakses siapa saja, terutama oleh orang yang mem*follow* akun seseorang. Hanya dengan melihat *Timeline* seseorang maka tak jarang kita dapat mengetahui apa yang terjadi di dalam harinya atau apa yang sedang dia rasakan. Kita

dapat mengetahui apa saja ekspresi diri seseorang dari semua *tweet* yang dipostingnya.

Hal mengenai cinta adalah sesuatu yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari usia remaja, meskipun tidak terindahkan bisa juga menjadi hal yang menghebohkan bagi usia dewasa. Tetapi remaja yang umumnya masih belum stabil dan berubah-ubah memandang cinta sebagai suatu hal baru yang sangat penting dalam hidupnya.

Remaja sering kali mengungkapkan ekspresi cintanya tanpa memandang tempat, seperti di situs jejaring sosial seperti di *Twitter*. Ekspresi-ekspresi afeksi yang tertuang dalam bentuk *tweet-tweet* tersebut seperti perasaan suka, benci, kecewa, marah dan cemburu dapat dengan jelas terlihat dalam *Timeline*.

*Tweet-tweet* berisi ekspresi afeksi remaja yang ditujukan terhadap pasangan mereka tersebut, seharusnya menjadi komunikasi antar pribadi. Namun informasi privat itu menjadi dapat dibaca siapa saja karena tertuang dalam *Twitter*. Ini disebabkan oleh ruang personal yang sudah bercampur dengan ruang publik, semua tanpa disadari.

*Twitter* yang ruang personalnya bercampur dengan ruang publik dan remaja dengan kebebasan mengekspresikan afeksinya, mempunyai kecenderungan dalam mendatangkan masalah tersendiri terhadap individu bersangkutan. Konflik yang dialami individu akibat pembukaan informasi *privacy* individu terlalu tinggi dalam *new media*, seperti *Twitter*, merupakan suatu hal yang menarik. Pertanyaan yang mendasari penelitian ini adalah bagaimana remaja pengguna situs jejaring sosial *Twitter* mengekspresikan perasaan afeksinya melalui *tweet* dari akun @SoalCINTA?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam bagaimana remaja pengguna *Twitter* mengeluarkan ekspresi afeksi terhadap pasangannya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai *new media* dalam kontribusinya menciptakan *lifestyle* dikalangan remaja.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengetahuan dalam melihat ekspresi-ekspresi afeksi remaja terhadap pasangannya yang tertuang dalam ruang publik ketika remaja menggunakan *new media*, khususnya *Twitter*.

#### **1.4.3 Manfaat Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam memahami bagaimana remaja mengekspresikan afeksi mereka terhadap pasangannya didalam *Twitter*.

## **BAB 2**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai teori CPM dan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Ekspresi perasaan afeksi remaja melalui @SoalCINTA merupakan bagian dari pengungkapan informasi pribadi dari remaja tersebut. Untuk membantu menjelaskan proses negosiasi antara informasi pribadi dan keterbukaan di dalam diri remaja tersebut maka digunakan teori *Communication Privacy Management* (CPM). CPM dikembangkan untuk memahami bagaimana orang memutuskan untuk mengungkapkan informasi di dalam hubungan interpersonal. Namun, teori ini telah diperluas untuk menjelaskan pengungkapan dalam pengaturan lainnya, termasuk kelompok, organisasi, dan hubungan kelembagaan di dalam dunia *online*.

Komunikasi yang dilakukan seseorang di media internet dapat memenuhi pemuasan kebutuhan-kebutuhan sosial yang berupa (a) kesenangan, (b) kasih sayang, (c) keterlibatan, (d) sebagai tempat pelarian atau curahan hati, (e) relaksasi dan (f) mengontrol (Rubin, Perse & Barbato, 1998). Menurut Walter (1996), dalam berkomunikasi melalui dunia maya dapat pula menimbulkan sebuah komunikasi hiperpersonal. Yaitu keadaan di mana komputer secara sosial lebih menarik daripada komunikasi langsung. Tantangan terpenting dalam dunia yang kini kebanyakan menggunakan sebuah medium tertentu untuk menyampaikan pesan atau informasi adalah untuk menopang keterpaduan identitas personal. (Wood & Smith, 2005).

## 2.1 Teori Manajemen *Privacy* Komunikasi (Communication Privacy Management)

Teori manajemen *privacy* komunikasi (CPM) berakar pada asumsi-asumsi mengenai bagaimana seorang individu berpikir dan berkomunikasi sekaligus asumsi-asumsi mengenai sifat dasar manusia. Petronio (2002) melihat bahwa manusia membuat pilihan dan peraturan mengenai apa yang harus dikatakan dan apa yang harus disimpan dari orang lain berdasarkan “kalkulus mental”, yang dimaksud “kalkulus mental” adalah sebuah peringkat dalam diri seseorang didasarkan pada kriteria penting, beberapa di antaranya seperti budaya, gender, konteks. Ia beragumen bahwa kriteria-kriteria ini mencakup pertimbangan akan orang lain yang terlibat dan juga akan konsep diri. Untuk alasan ini, Petronio menggunakan istilah pembukaan (*disclosure*) dan pembukaan pribadi (*private disclosure*) daripada menggunakan istilah pembukaan diri (*self disclosure*).

CPM akan membantu peneliti dalam memilah dan menjelaskan proses yang terjadi didalam diri individu mengenai proses mengeluarkan informasi pribadi. Pembukaan yang dilakukan oleh remaja dalam *Twitter* seringkali tidak mengenal batasan publik dan privat. Informasi pribadi, terutama prefensi afeksi individu sering terlihat didalam *tweet* remaja mengenai @SoalCINTA.

Pembukaan pribadi apa yang bisa atau tidak diungkapkan oleh remaja didalam *Twitter* seharusnya bukan keputusan yang dapat langsung diambil tetapi melalui proses pertimbangan yang terus-menerus. Dengan CPM, peneliti akan mempunyai batasan dan ukuran dalam melihat apakah ada hal privat yang tertuang dalam menjawab *tweet-tweet* dari akun @SoalCINTA.

### 2.1.1 Asumsi dasar CPM

CPM menjelaskan proses-proses negosiasi orang seputar pembukaan informasi privat. Beberapa peneliti telah menyatakan bahwa “apa yang membuat suatu hal privat adalah sebagian besarnya merupakan pentingnya hal ini bagi konsepsi kita akan diri kita sendiri dan bagi hubungan kita dengan orang lain” (Schoeman,1984). Petronio (2002) menyatakan bahwa orang mendefinisikan informasi privat sebagai informasi mengenai hal-hal yang sangat berarti bagi mereka. Oleh karena itu, proses mengkomunikasikan informasi privat dalam hubungan dengan orang lain menjadi pembukaan pribadi (*privat disclosure*). Sebagaimana telah dinyatakan sebelumnya, CPM berfokus pada pembukaan informasi pribadi daripada pembukaan diri.

Teori Manajemen *Privacy* Komunikasi mencapai tujuan-tujuan ini dengan mengajukan lima asumsi dasar: informasi privat, batasan privat, kontrol dan kepemilikan, sistem manajemen berdasarkan aturan, dan dialektika manajemen. Asumsi-asumsi dasar CPM tersebut akan memberikan batasan mengenai data apa yang harus digali dari para informan remaja mengenai ekspresi afeksi mereka dalam *Twitter*.

#### 2.1.1.1 Informasi Privat

Asumsi ini melihat bahwa berfokus pada isi dari pembukaan memungkinkan kita untuk menguraikan konsep-konsep mengenai *privacy* dan keintiman dan mempelajari bagaimana mereka saling berhubungan. Petronio berpendapat bahwa keintiman adalah perasaan atau keadaan mengetahui seseorang secara mendalam dalam cara-cara fisik, psikologi, emosional, dan perilaku karena orang ini penting dalam kehidupan seseorang. Asumsi ini membantu peneliti untuk mengkategorikan hal-hal apa yang termasuk informasi privat.

### **2.1.1.2 Batasan Privat**

CPM bergantung pada metafora batasan untuk menjelaskan bahwa terdapat garis antara bersikap publik dan bersikap privat. Pada satu sisi batasan ini, orang menyimpan informasi privat untuk diri mereka sendiri (Petronio, Giles, Gallois & Ellemers, 1998); dan pada sisi lain, orang membuka beberapa informasi batasan di sekelilingnya disebut batasan kolektif (*collective boundary*), dan informasi itu tidak hanya mengenai diri; informasi ini menjadi milik hubungan yang ada. Ketika informasi privat tetap disimpan oleh seorang individu dan tidak dibuka, maka batasannya disebut batasan personal. Asumsi ini akan membantu mengenali batasan-batasan seperti apa yang ada pada remaja mengenai informasi privat mereka.

### **2.1.1.3 Kontrol dan kepemilikan**

Asumsi ini bergantung pada ide bahwa orang merasa mereka memiliki informasi privat mengenai diri mereka sendiri. Sebagai pemilik informasi ini, mereka percaya bahwa mereka harus ada dalam posisi untuk mengontrol siapa saja (jika memang ada) yang boleh mengakses informasi ini. Dengan asumsi ini akan memperlihatkan apakah remaja sebagai pemilik informasi privat masih berusaha untuk memegang kendali atau tidak.

### **2.1.1.4 Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan**

Sistem ini adalah kerangka untuk memahami keputusan yang dibuat orang mengenai informasi privat. Sistem manajemen berdasarkan aturan memungkinkan pengelolaan pada level individual dan kolektif serta merupakan pengaturan rumit yang terdiri atas tiga proses: karakteristik aturan *privacy*, koordinasi batasan, dan turbulensi batasan.

Dalam asumsi ini akan membantu melihat sistem/proses yang ada dalam diri remaja saat mereka akan mengeluarkan informasi pribadinya.

#### 2.1.1.4.1 Karakteristik Aturan *Privacy*

Karakteristik aturan *privacy* memiliki dua fitur utama: pengembangan dan atribut. Pengembangan aturan dituntun oleh kriteria-kriteria keputusan orang untuk mengungkapkan atau menutup informasi privat. Teori CPM menyatakan bahwa lima kriteria keputusan digunakan untuk mengembangkan aturan-aturan *privacy*: **Kriteria berdasarkan budaya, Kriteria berdasarkan gender, Kriteria berdasarkan motivasi, Kriteria kontekstual dan Kriteria risiko-keuntungan.**

- **Kriteria berdasarkan budaya**, dalam kriteria ini hal yang dijadikan dasar adalah adanya keterkaitan budaya individu dengan pengeluaran informasi privat mereka. Seperti Amerika Serikat yang mendukung adanya keterbukaan di dalam komunikasi relasional dibandingkan dengan Jepang
- **Kriteria berdasarkan gender**, dalam kriteria ini hal yang dilihat bahwa ada kaitannya antar gender individu dengan proses pengeluaran informasi privat mereka. Seperti para wanita Amerika Serikat yang sering mengalami proses sosialisasi terus menerus dan menyebabkan mereka cenderung melakukan lebih banyak pembukaan dibanding pria.
- **Kriteria motivasi**, dengan kriteria ini dapat dilihat bahwa dalam pembukaan informasi privat individu terdapat motivasi pribadi yang melatar-belakangi aksinya tersebut. Seperti ketika



anda melakukan banyak pembukaan kepada teman sekelas, dengan alasan timbal balik yang mungkin didapat adalah teman sekelas anda akan termotivasi untuk melakukan pembukaan yang sama terhadap anda.

- **Kriteria kontekstual**, dalam kriteria ini dilihat bahwa pembukaan informasi privat individu dapat disebabkan kesaamaan kontekstual. Seperti apabila anda dan rival kantor pernah berada di dalam situasi yang traumatis (misalnya bertahan bersama ketika gempa), maka anda dan rival tersebut akan mengembangkan sebuah aturan baru.
- **Kriteria risiko-keuntungan**, dalam kriteria ini akan dilihat bahwa pembukaan informasi privat yang dilakukan oleh individu terpengaruh dengan faktor resiko dan keuntungan. Seperti aturan yang kita jadikan ukuran sebenarnya dipengaruhi oleh penilaian kita akan resiko dan keuntungan yang didapat pada setiap pembukaan informasi privat.

#### 2.1.1.4.2 Koordinasi Batasan

Koordinasi batasan merujuk pada bagaimana individu mengelola informasi yang dimiliki bersama. Petronio (2002) mengamati bahwa orang "mengatur informasi privat melalui aturan-aturan yang mengurangi pertalian batasan, hak kepemilikan batasan dan permeabilitas batasan (hal 26-27).

Pertalian batasan (*boundary linkage*) merujuk pada hubungan yang membentuk aliansi batasan antar individu. Kepemilikan batasan (*boundary ownership*) merujuk pada hak-hak dan keistimewaan yang

diberikan kepada pemilik pendamping dari sebuah informasi privat. Permeabilitas batasan (*boundary permeability*) merujuk kepada seberapa informasi dapat melalui batasan yang ada.

Dengan koordinasi batasan maka akan dapat dilihat ketika individu melakukan pembukaan terhadap orang-orang tertentu saja dalam komunikasi antar pribadi. *Twitter* yang mengkaburkan ruang publik dan ruang personal, bagaimana remaja bersikap dalam *Twitter*.

#### **2.1.1.4.3 Turbulensi Batasan**

Turbulensi batasan muncul ketika aturan-aturan dalam koordinasi batasan tidak jelas atau ketika manajemen *privacy* seseorang bertabrakan satu dengan yang lainnya. Dalam teori ini Petronio berargumen bahwa individu yang mengalami turbulensi batasan akan mencoba untuk membuat penyesuaian sehingga mereka dapat mengurangi turbulensi yang ada dan mencapai koordinasi (Afifi, 2003).

Ketika informasi privat dikeluarkan diruang publik bukan tidak mungkin terjadi konflik dengan individu lain yang berbagi informasi serupa. Dengan asumsi ini akan dilihat bagaimana remaja berusaha mengatasi turbulensi yang muncul disebabkan terlalu banyak melepas informasi privat.

#### **2.1.1.5 Dialektika Manajemen**

Dialektika manajemen *privacy* berfokus pada ketegangan-ketegangan antara keinginan untuk mengungkapkan informasi privat dan keinginan untuk menutupinya. Petronio (2002) menyatakan bahwa “tesis dasar dari teori ini didasarkan pada kesatuan dialektika” (hal 9), yang merujuk pada ketegangan-ketegangan yang dialami dalam diri individu sebagai akibat dari oposisi dan kontradiksi. Dengan asumsi ini akan

dilihat bagaimana individu mengelola ketegangan-ketegangan yang muncul akibat pembukaan informasi privat.

### 2.1.2 *Privacy*

*Privacy* adalah pengertian manusia mengenai konsep lingkungan ruang personal dan territorial bagi dirinya. Amos (1977) mengemukakan bahwa *privacy* adalah kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk mengendalikan interaksi mereka dengan orang lain baik secara visual, audial, maupun olfaktori untuk mendapatkan apa yang diinginkan.

Rapoport (dalam Soesilo, 1988) mendefinisikan *privacy* sebagai suatu kemampuan untuk mengontrol interaksi, kemampuan untuk memperoleh pilihan-pilihan dan kemampuan untuk mencapai interaksi yang diinginkan. *Privacy* jangan dipandang hanya sebagai penarikan diri seseorang secara fisik terhadap pihak-pihak lain dalam rangka menyepi saja.

Altman (1975) mengatakan bahwa *privacy* adalah proses pengontrolan yang selektif terhadap akses diri sendiri dan akses orang lain.

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi *privacy* :

#### 1. Faktor Personal

Marshall (dalam Gifford, 1987) mengatakan bahwa perbedaan dalam latar belakang pribadi seseorang berhubungan dengan kebutuhan akan *privacy*. Dalam penelitiannya, ditemukan bahwa anak-anak yang tumbuh dalam suasana rumah yang sesak penghuninya akan lebih memilih keadaan yang anonim dan berinteraksi secukupnya pada saat ia dewasa. Sedangkan individu yang menghabiskan sebagian besar

waktunya di kota akan lebih memilih keadaan anonim dan mengharapkan adanya keintiman dalam suatu hubungan.

## 2. Faktor Situasional

Beberapa hasil penelitian tentang *privacy* dalam dunia kerja, secara umum menyimpulkan bahwa kepuasan terhadap kebutuhan akan *privacy* sangat berhubungan dengan seberapa besar lingkungan mengizinkan orang-orang di dalamnya untuk menyendiri (Gifford, 1987).

## 3. Faktor Budaya

Penemuan dari beberapa peneliti tentang *privacy* dalam berbagai budaya (seperti Patterson dan Chiswick pada suku Iban di Kalimantan, Yoors pada orang Gypsy dan Geertz pada orang Jawa dan Bali) memandang bahwa tiap-tiap budaya tidak ditemukan adanya perbedaan dalam banyaknya *privacy* yang diinginkan, tetapi sangat berbeda dalam cara bagaimana mereka mendapatkan *privacy* (Gifford, 1987).

### 2.1.3 Afeksi

Manusia sebagai makhluk sosial disadari atau tidak memiliki 3 kebutuhan dasar dalam hubungan antar pribadi, yaitu: inklusi, kontrol dan afeksi (schutz, 1958). Pada remaja perasaan afeksi dipandang sebagai sebuah kebutuhan dasar. Remaja mempunyai desakan yang kuat untuk disukai dan mempunyai hubungan dekat dengan individu lain. Di dalam interaksi afeksi juga dituntut adanya pengakuan dan keramahan emosional.

Menurut Heider (1958) interaksi afeksi ini hanya akan terjadi didalam hubungan antara dua individu. Individu dengan tingkat kebutuhan afeksi tinggi tentunya akan sangat bersahabat dan mau

menjalin hubungan emosional dengan individu lainnya. Sedangkan individu dengan tingkat kebutuhan afeksi yang rendah justru akan menutup diri dan menolak berhubungan dengan individu lain. Titik ekstrem dalam afeksi adalah bentuk cinta dan benci.

Schutz membagi afeksi ke dalam tiga kategori

1. *Underpersonal*: kurang terpenuhinya kebutuhan afeksi di masa kanak-kanak menjadikan individu bersifat kurang peka dan menyamakan individu lain seperti benda.
2. *Overpersonal*: kebutuhan afeksi yang didapat berlebihan pada masa kanak-kanak menjadikan individu memberikan/memperlihatkan afeksinya secara berlebihan sehingga dirasa mengganggu oleh pihak yang diberikan perhatian
3. *Personal*: jika kebutuhan afeksi yang didapat cukup pada masa kanak-kanak akan menjadikan individu dapat menakar sejauh apa perlu memberikan afeksi terhadap individu lain.

## 2.2. Remaja

Masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak menuju dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/fungsi untuk memasuki masa dewasa (Rumini, 2004 : 13 ).

Pedoman umum remaja di Indonesia menggunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah (Soetjningsih, 2004).

Tokoh yang dijuluki Bapak Psikologi Anak, G.S.Hall membagi perkembangan manusia dalam empat tahap yang mencerminkan tahap-tahap perkembangan umat manusia, sebagai berikut:

- A. Masa kanak-kanak (*infancy*): 0-4 tahun, mencerminkan tahap hewan dari evolusi umat manusia.
- B. Masa anak-anak (*childhood*): 4-8 tahun, mencerminkan masa manusia liar yang masih menggantungkan hidupnya pada berburu atau mencari ikan.
- C. Masa muda (*youth atau preadolescence*): 8-12 tahun, mencerminkan era manusia sudah agak mengenal kebudayaan, tetapi masih tetap setengah liar (semi-barbarian)
- D. Masa remaja (*adolescence*): 12-25 tahun, yaitu masa topan-badai (*strum and drang*) yang mencerminkan kebudayaan modern yang penuh gejolak akibat pertentangan nilai-nilai.

Hall berpendapat bahwa mendidik remaja harus dengan cara memberinya kebebasan seluas-luasnya. Hal itu karena perkembangan jiwa manusia tidak banyak dipengaruhi oleh lingkungannya melainkan sudah digariskan oleh alam sendiri. Hall bahkan mengatakan bahwa remaja boleh mencari jalannya sendiri dan boleh mengkritik orang dewasa (Jensen, 1985:39-45).

Tugas-tugas perkembangan pada masa remaja menurut Hurlock (2001) antara lain:

1. Mencapai hubungan baru dan lebih matang dengan teman sebaya baik pria maupun wanita.
2. Mencapai peran sosial pria dan wanita.
3. Menerima keadaan fisiknya dan menggunakan tubuhnya secara efektif.

4. Mengharapkan dan mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab.
5. Mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang-orang dewasa lainnya.
6. Mempersiapkan karier ekonomi.
7. Mempersiapkan perkawinan dan keluarga.
8. Memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku.

### **2.3 Asumsi Teoritis**

Penerapan teori CPM dalam *Twitter* mampu memberikan batasan-batasan *privacy* pada diri remaja pengguna *Twitter* dalam mengekspresikan informasi pribadi terhadap pasangannya.

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma dalam penelitian merupakan suatu cara atau kerangka berfikir yang menjelaskan bagaimana peneliti memandang fakta yang ditemui dalam kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu dan teori. Paradigma penelitian memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian (Guba & Lincoln, 1988: 89 – 115)

Penelitian ini didasari oleh paradigma konstruktivis. Dalam paradigma ini, kebenaran dilihat sebagai sesuatu yang subyektif dan partisipasi peneliti dalam penelitian sangat ditekankan. Dan peneliti sendiri yang bertindak sebagai salah satu partisipan. Pada pendekatan ini terdapat sedikit penekanan pada subyektivitas karena sifat obyektif yang mutlak sangat tidak mungkin. Hal ini tidak berarti bahwa penelitian ini harus bergantung pada apa yang dikatakan oleh partisipan tanpa ada penilaian di luar diri peneliti

Paradigma konstruktivis secara ontologis menyatakan realitas itu ada dalam beragam bentuk konstruksi mental yang didasarkan kepada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik serta tergantung kepada pihak yang melakukannya. Atas dasar pandangan filosofis ini, hubungan epistemologis antara pengamat dan obyek merupakan satu kesatuan subyektif dan merupakan perpaduan interaksi diantara keduanya (Agus Salim, 2006).

Paradigma konstruktivis digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini berusaha menggambarkan bagaimana batasan-batasan



dalam diri remaja disaat mereka mengelola informasi pribadi yang akan diungkapkan dalam ruang publik.

### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007: 3) metodologi penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang tingkah lakunya diamati.

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang didasari metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998: 15).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana remaja melakukan pembatasan-pembatasan dalam mengeluarkan informasi pribadi ke dalam *Twitter*.

### **3.3 Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Furchan (2004: 447) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan suatu fenomena yang ada. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan,

hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena yang lainnya (Sukmadinata, 2006: 72)

Penelitian deskriptif mempunyai karakteristik-karakteristik seperti yang dikemukakan Furchan (2004) bahwa:

- 1 Penelitian deskriptif cenderung menggambarkan sesuatu fenomena apa adanya dengan cara menelaah secara teratur dan ketat, mengutamakan objektivitas (apa adanya), dan dilakukan secara cermat dan teliti
- 2 Tidak adanya perlakuan yang diberikan atau dikendalikan (variabel), dan
- 3 Tidak adanya uji hipotesis (jawaban sementara atau prediksi).

### **3.4 Strategi Penelitian**

Strategi penelitian fenomenologi adalah strategi yang digunakan dalam penelitian ini. Fenomenologi mencoba menjelaskan fenomena yang didasari oleh pengalaman individu. Individu yang terus-menerus menginterpretasikan pengalaman mereka akan dunia melalui pengalaman pribadi dengan.....prosesnya melalui sebuah pengalaman langsung merupakan bagian fenomenologi (ansich Littlejohn and Foss, 2005)

Dalam fenomenologi yang berusaha digali adalah pengalaman langsung individu, dimana biasanya setiap individu mengalami sesuatu dengan sadar yang dikonstruksikan ke dalam kehidupan sosialnya.

Peneliti fenomenologi berusaha mencari sebuah esensi, struktur *invariant* atau arti yang mendasari pusat pengalaman dan menekankan intensionalitas dimana pengalaman memiliki penampilan

diluar dan kesadaran didalam yang didasarkan oleh memori, gambar dan makna (Creswell, 1998) dan Alasuutari (1995: 35) menyatakan bahwa fenomenologi adalah melihat bagaimana individu berusaha menginterpretasikan dunia dan bagaimana individu tersebut memaknainya.

Hal penting dari fenomenologi adalah bagaimana peneliti dapat membangun suatu pemahaman akan bagaimana individu membangun makna dan konsep kunci dalam intersubjektivitas (TD Wilson: 2000)

Fenomenologi digunakan dalam penelitian ini karena setiap individu remaja yang melakukan pembukaan informasi pribadi tentunya mempunyai kesadaran dan pengalaman yang berbeda-beda atas satu masalah yang sama.

### **3.5 Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah remaja berusia antara 12 – 25 tahun, pengguna aktif *Twitter* dan minimal satu kali dalam satu hari menjawab atau me*Retweet tweet* dari akun @SoalCINTA.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan tehnik wawancara mendalam untuk pengumpulan data penelitian. Wawancara yang dimaksud adalah suatu percakapan langsung dengan pertanyaan-pertanyaan tertentu yang sudah disiapkan sebelumnya dan dijalankan sesuai dengan pedoman wawancara.

### **3.7 Alasan Pemilihan Unit Analisis**

Dalam penelitian ini remaja yang dijadikan objek penelitian difokuskan yang kepada remaja yang berusia 12-25 tahun, atau

kelompok masa remaja menurut Hall. Masa remaja dipilih karena pada masa ini individu mengalami proses eksplorasi diri dan umumnya melakukan pertentangan dengan nilai-nilai yang sudah ada.

Remaja yang dipilih adalah remaja yang berdomisili di daerah perkotaan, karena remaja tersebut biasanya memiliki karakteristik yang khas. Remaja yang dipilih juga remaja dengan kapasitas minimal menghasilkan *tweet* ekspresi afeksinya melalui akun @SoalCINTA satu *tweet* dalam satu hari.

Remaja yang dipilih adalah remaja yang menjawab *tweet-tweet* akun @SoalCINTA dengan sungguh-sungguh dan jujur apa adanya. Dilihat dari *tweet-tweet* sebelumnya remaja yang dipilih juga merupakan remaja yang tidak melakukan sekedar pencitraan/*faking*.

### **3.8 Proses Analisis Data**

Menurut Mashall dan Rossman (Kabalmay, 2002) dalam menganalisa penelitian kualitatif ada beberapa tahapan-tahapan yang perlu dilakukan:

1. Mengorganisasikan data

Peneliti mendapatkan data mentah langsung dari informan dengan cara wawancara, dimana peneliti merekam sesi tersebut dan kemudian membuatkan transkripnya menjadi bentuk tertulis secara verbatim. Data yang didapat dibaca dan diperiksa berulang-ulang.

2. Pengelompokan berdasarkan Kategori, Tema & pola jawaban.

Pada tahap ini peneliti harus mencurahkan semua perhatiannya terhadap data yang ada, karena bisa dipastikan akan muncul data yang diluar dari data yang ingin digali. Mengacu kepada kerangka teori penelitian dan pedoman wawancara peneliti akan menyusun suatu

kerangka awal analisis dan sebagai pedoman dalam membuat *coding*. Dengan pedoman yang ada data transkrip dibaca kembali dan melakukan *coding* atas data-data yang relevan. Data yang relevan tersebut diberi kode dan penjelasan singkat, kemudian dikelompokan sesuai dengan kerangka analisis yang telah dibuat.

### 3. Menguji asumsi atau pemasalahan yang ada terhadap data

Setelah pola dari kategori sudah bisa jelas terbentuk, peneliti menguji data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian. Dalam tahap ini kategori-kategori yang didapat melalui analisis ditinjau kembali berdasarkan kerangka teori yang ada pada bab 2. Walaupun penelitian ini tidak memiliki hipotesa tertentu, namun dari landasan teori dapat dibuat asumsi-asumsi mengenai hubungan antara faktor-faktor dan konsep-konsep yang ada.

### 4. Mencari alternatif penjelasan bagi data

Setelah benang merah antara kategori, data dan asumsi ditemukan, maka peneliti masuk ke tahap penjelasan. Dari kesimpulan yang didapat dari benang merah diantara ketiganya peneliti perlu mencari alternatif penjelasan. Karena dalam penelitian kualitatif memang selalu ada penjelasan alternatif. Penjelasan alternatif ini akan berguna pada bagian pembahasan, kesimpulan dan saran.

### 5. Menulis hasil penelitian

Penulisan data subjek yang telah berhasil dikumpulkan merupakan suatu hal yang membantu dalam meninjau ulang kesimpulan yang sudah disusun. Data-data yang diperoleh dari informan dibaca berulang kali sehingga penulis mengerti benar permasalahannya, kemudian dianalisis, sehingga didapat data gambaran mengenai penghayatan pengalaman

informan. Selanjutnya dilakukan interpretasi menyeluruh dari hasil kesimpulan.

### 3.9 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian

Penelitian hanya dilakukan dalam situs jejaring *Twitter* saja sedangkan situs jejaring sosial yang menjadi tempat ekspresi di kalangan remaja saat ini bukan hanya *Twitter*. Masih banyak situs jejaring sosial lainnya yang menarik untuk diteliti, seperti *Tumblr*.

Penelitian ini dilakukan hanya terhadap individu yang berpasangan secara heteroseksual.

### 3.10 Kualitas Penelitian

Dalam menentukan keabsahan data penelitian diberlakukan tehnik pemeriksaan yang didasarkan atas beberapa kriteria yaitu *credibility, transferrability, dependability, conformability*. (Moleong M.A, 2005). Dalam penelitian ini dalam menentukan kriteria tersebut digunakan tehnik triangulasi.

#### ***Credibility***

Kredibilitas meliputi aneka kegiatan, salah satunya adalah pengamatan terus menerus selama proses penulisan penelitian ini. Pengamatan di lakukan terhadap *tweet-tweet* informan mengenai @SoalCINTA.

. Triangulasi sumber dalam penelitian ini artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton, 1987) caranya adalah :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

### ***Transferrability***

Transferabilitas mengacu kepada tingkatan mana hasil penelitian ini dapat ditransfer ke konteks yang lain dan *setting* yang lain. Untuk itu peneliti berusaha agar hasil tulisan ini merupakan suatu yang didapat dari pengamatan yang sesuai dengan konteksnya.

### ***Confirmability***

Secara konfirmabilitas, peneliti mengumpulkan data dan fakta dilapangan yang sesuai dengan apa yang ingin di teliti. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam lalu di hasil dari wawancara tersebut *dicheck* ulang dengan para informan dalam penelitian ini.

## BAB 4

### ***TWITTER***

#### 4.1 ***TWITTER***

*Twitter* merupakan sebuah situs jejaring sosial yang berbasis layanan *microblogging*. *Microblogging* sendiri adalah sebuah layanan blog multimedia yang menggunakan batasan karakter. *File* seperti *text*, foto maupun audio dapat dipublikasikan kepada khalayak umum atau terbatas sesama anggota. Pada dasarnya ini adalah *web-blog* yang dipersempit.

Daya tarik *Twitter* adalah kesiapan dan protabilitas, dengan kata lain *real-time*. Inti dari *Twitter* adalah layanan pesan pendek *real-time*, sekitar 140 karakter, yang disebut dengan *tweet*. *Tweet* dapat berisi bermacam-macam informasi, kisah, cerita, judul foto atau video. Pengguna *Twitter* juga bisa mendapatkan informasi tanpa perlu menuliskan *tweet*, cukup dengan mem*follow* akun lainnya.

Terdapat berbagai macam akun anonim di *Twitter* untuk mengakomodir kebutuhan dan ketertarikan para pengguna *Twitter*. Mulai dari berita, gossip, otomotif, olahraga, horoskop, tips, motivasi diri. Hampir semua topik tersedia akun khususnya.

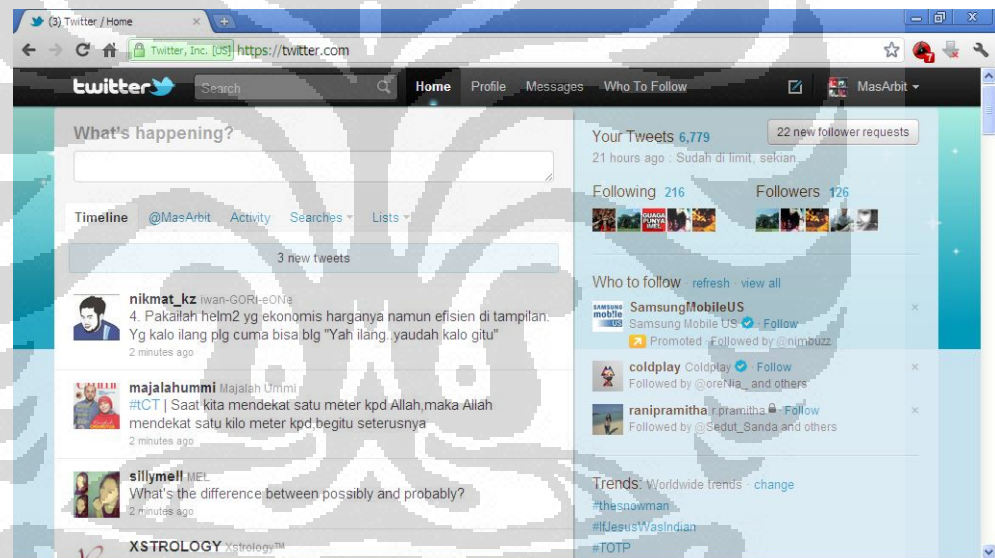
Konten utama *Twitter* :

1. *Tweet*: pesan atau informasi apapun yang ditulis dalam *shout box*, fungsinya persis sama seperti *status update* pada *Facebook*.
2. *Mention*: ditandai dengan simbol (@), dipakai sebagai *username* pengguna *Twitter*, seperti: @Soalcinta. Dengan menggunakan *mention tweet* kita akan langsung sampai



kepada akun yang dituju. Mention ini layaknya seperti SMS, tetapi bersifat publik karena dapat dilihat orang lain.

3. *Reply*: digunakan membuat *tweet* baru untuk langsung membalas *tweet* yang di tujukan kepada kita.
4. *Retweet*: lebih dikenal dengan sebutan RT. *Retweet* berarti menggunakan *tweet* orang lain sebagai *tweet* sendiri, tetapi umumnya nama pencipta *tweet* itu pertama kali di pertahankan. RT di gunakan bila kita setuju atau sepaham dengan isi dari *tweet* yang di RT.



**Gambar 6.**Tampilan *Timeline* dalam *Twitter*.

5. *Follow*: dengan mem*follow* akun-akun yang kita inginkan maka setiap *tweet* atau update terbaru akan terlampirkan di *Home/Timeline*. Dengan mem*follow* satu akun berarti seseorang sudah siap dengan isi *tweet* dari akun bersangkutan, karena semua *tweet* baik maupun buruk akan muncul dalam *Timeline*.

6. *Follower*: merupakan sebutan bagi akun yang mem*follow* suatu akun. Seringkali digunakan sebagai ukuran mengenai seberapa terkenalnya suatu akun dalam *Twitter*. Semakin banyak *follower* berarti suatu akun semakin hebat.
7. *Direct Message*: biasa disingkat dengan DM. DM ini berarti pesan langsung kepada satu akun *Twitter*. Pilihan DM baru bisa muncul apabila dua akun sudah saling *follow*. DM digunakan bila ingin berbicara dengan lebih pribadi, karena hanya bisa dibaca akun yang dituju saja.
8. *Timeline*: isi *Timeline* merupakan kumpulan *tweet* dari akun-akun yang di *follow* oleh seseorang. Dan *tweet* pengguna pun masuk ke dalam *Timeline* ini, menciptakan sebuah rangkaian *tweet* yang terorganisir sesuai dengan waktu *update tweet* tersebut.



**Gambar 7. Penggunaan RT dan *hashtag* dalam *Timeline*.**

9. *Tweetphoto/twitpics*: *tweet* yang disertai dengan *file* visual. Biasanya berupa foto mengenai hal yang mendukung *tweet*. Dengan visualisasi mungkin pesan yang dimaksudkan akan lebih tercapai.
10. *Trending Topics*: merupakan kumpulan topik-topik yang sedang hangat dibicarakan oleh semua pengguna *Twitter* disaat yang bersamaan.
9. *Hashtag*: ditandai dengan tanda (#) diikuti dengan topik dari *tweet* tersebut, misalnya #Soalcinta. *Hashtag* digunakan agar pengguna *Twitter* dapat menemukan *tweet* dengan topik yang sesuai. Semakin banyak penggunaan hashtag maka topik tersebut akan menjadi *trendingtopic*. Dan Indonesia sering kali menciptakan *trendingtopic* dalam *Twitter*.
10. *Favorite*: memasukan *tweet* yang kita pilih ke dalam satu *list*, dapat dilihat para *follower*. Fasilitas ini memungkinkan kita untuk membaca ulang *tweet* favorit kita tanpa perlu mencarinya lagi di *Timeline*.
11. *List*: fitur *list* memungkinkan pengguna *Twitter* untuk mengelompokkan teman-temannya kedalam suatu *list*. Seperti teman kantor, teman sekolah ataupun keluarga. Jadi memudahkan pengguna *Twitter* bila ingin mengetahui kabar dari akun lainnya.

Menurut Comm (2010: 130-134), pada dasarnya ada 10 kategori dasar untuk jenis-jenis *tweet*. Kategori-kategori tersebut adalah:

1) *The Mundane*

Berisi tentang hal-hal pribadi pengguna, isinya rata-rata narsistik dan dangkal. *Mundane* adalah *tweet* yang paling banyak

dihasilkan dan menjadi fondasi awal dalam hubungan antar pengguna.

2) *The Communicator*

Berupa *tweet* atau rangkaian *tweet* yang sifatnya seperti perbincangan antara pengguna dengan menggunakan fitur *reply* atau *retweet*.

3) *The Inquisitor*

*Tweet* berisi pertanyaan. Bermaksud untuk mencari jawaban atau solusi akan sesuatu.

4) *The Answerman*

Respon atas adanya *The Inquisitor*. Berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan *tweet-tweet* yang ada.

5) *The Sage*

Isinya bervariasi. Dari sekadar mengutip kalimat para tokoh, kutipan lirik lagu, *how to do* tips, hingga teori-teori sosial. Di Indonesia *tweet* seperti ini dikenal juga dengan #kultwit atau kuliah melalui *Twitter*.

6) *The Reporter*

Mulai terkenal ketika *Twitter* juga digunakan sebagai alat reportase. Informasi mengenai hal-hal terkini sudah dapat diketahui sebelum masuk televisi. Berisi informasi-informasi aktual.

7) *The Kudos*

Berisi pujian atau ucapan terima kasih kepada orang lain. Ditujukan sebagai apresiasi terhadap pengguna *Twitter* lainnya. Ucapan selamat ulang tahun, kesuksesan dan sejenisnya masuk pada kategori ini.

8) *The Critic*

Berisi ketidak-puasan, amarah, dan lain-lain yang dituangkan sebagai kritik, terhadap perusahaan, pemerintah, hingga teman dan keluarga masuk dalam kategori ini.

9) *The Advocate*

Berlawanan dengan *The Critic*, *The Advocate* adalah *tweet* yang berisi dukungan atau pembelaan atas suatu instansi. Dapat juga berupa promosi atas pengguna lainnya.

10) *The Benefactor*

*Tweet* kategori ini dirancang agar di*ReTweet* oleh pengguna lainnya karena memberi keuntungan.

*Twitter* yang pada awalnya diciptakan untuk mendukung pekerjaan sekarang telah didominasi oleh remaja. Pada awalnya digunakan oleh publik figur sebagai basis *fans* mereka, sekarang *Twitter* sudah menjadi media komunikasi dikalangan remaja. Mempunyai *Twitter* dan *ngetweet* adalah hal yang lumrah dimanapun dan kapanpun.

Perkembangan *Twitter* di Indonesia sangat didukung dengan layanan provider yang memudahkan pengguna *Twitter*. Bahkan kini ada layanan yang tidak memerlukan perangkat yang canggih tetapi cukup tersedia layanan sms dan bisa merasakan asyiknya *ngetweet* seperti remaja lainnya.

Kemudahan teknologi dan dorongan sosial di tingkat pergaulan remaja membuat *Twitter* menjadi satu *icon* budaya yang sudah terserap. *Twitter* sudah menjadi wadah ekspresi remaja sehari-hari. Informasi baru yang *real-time* membuat remaja merasa selalu terdepan diantara teman-temannya.

## 4.2 @SoalCINTA

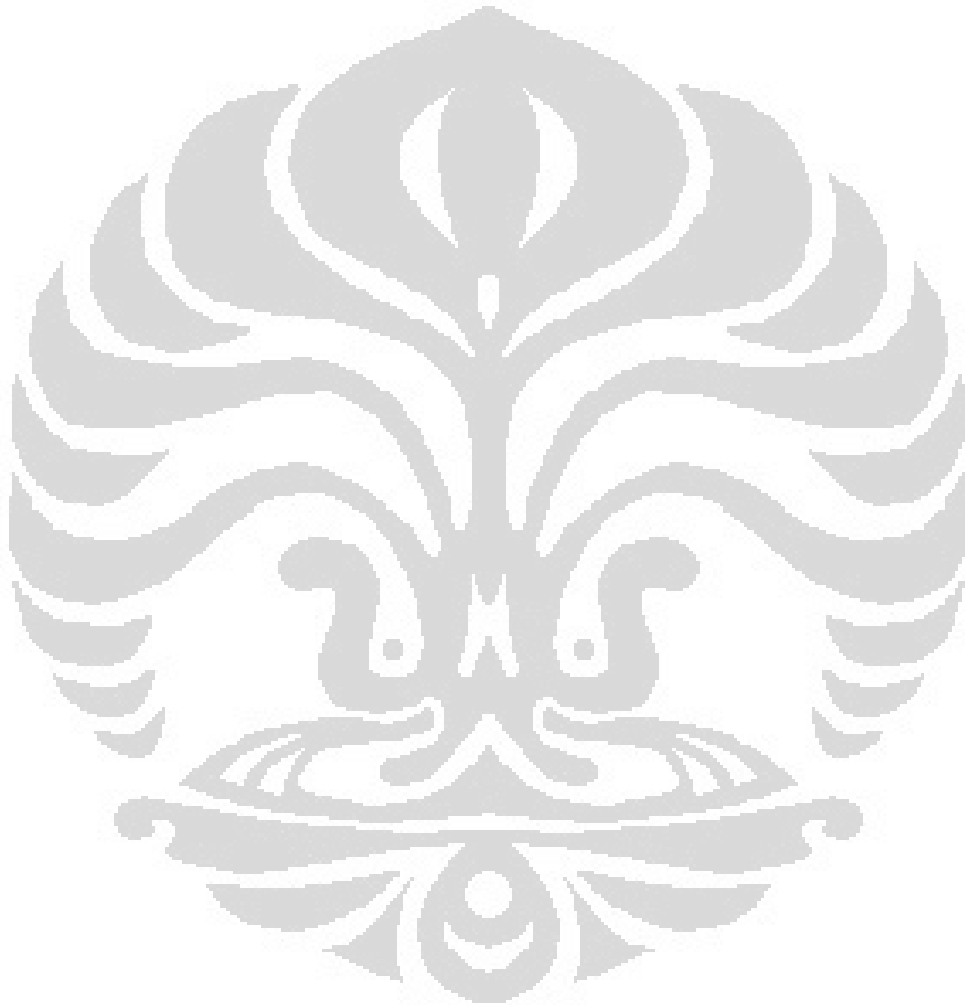
Situs jejaring sosial *Twitter* sedang naik daun, terutama dikalangan remaja yang menggunakan media yang satu ini sebagai media komunikasi sehari-harinya. Terdapat akun-akun dalam *Twitter* yang isi *tweet*-nya sangat bervariasi, dan umumnya pengguna *Twitter* akan memilih akun yang sesuai dengan kebutuhannya. Salah satunya adalah @SoalCINTA.



**Gambar 8. Profile akun @SoalCINTA**

Akun @SoalCINTA dimulai pada tanggal 23 september 2010, dalam dua bulan akun ini sudah mempunyai 200 ribu *followers*. Di masa itu 200 ribu *followers* merupakan jumlah yang signifikan bahwa akun ini adalah akun *favorite* di *Twitter*. Seiring dengan pertumbuhan akun-akun individu lainnya hal yang serupa terjadi dengan *followers* @SoalCINTA. Dalam jangka waktu setahun tercatat bahwa akun ini memiliki 800 ribu *followers*. Dengan pertumbuhan tingkat *followers* yang sangat signifikan

dengan jumlah akun-akun *Twitter* yang tercipta dari Indonesia menunjukkan bahwa akun ini konsisten menjadi semacam *trend* dikalangan khalayak Indonesia terutama remaja.



## **BAB 5**

### **ANALISIS HASIL PENELITIAN**

Analisis yang dilakukan adalah analisis tematik berdasarkan tema dan kategori dalam penelitian, yaitu:

#### **5.1 Deskripsi informan**

#### **5.2 Media Habit**

#### **5.3 CPM**

#### **5.1 Deskripsi informan**

- **Latar belakang informan**

Informan R adalah seorang perempuan kelahiran Palu, pindah ke Jakarta karena ingin mendapatkan kesempatan perubahan yang lebih baik untuk diri dan keluarganya.

“Hahaha sial lo, awalnya sih gue pengen mandiri, nyari pengalaman baru juga bit. Di palu abisnya gitu-gitu doank, pengen donk ke ibukota sini. Siapa tau gue bisa jadi orang sukses dan pulang ke palu bisa ngebahagiain orang tua”

Informan R menetap di Jakarta kurang lebih sudah sekitar 10 tahun.

“Lulus SD, pas masuk SMP gue pindah ke sini. Kalo diitung sampe sekarang udah hampir 10 tahun gue dijakarta”

Informan R tidak selalu tinggal sendirian dan jauh terpisah dari keluarganya.

“Yahh ga juga, kadang keluarga gue suka ke Jakarta sini atau gue yang pulang ke palu. Tergantung keadaan”

R baru saja mendapatkan gelar sarjana psikologi dari salah satu universitas dan saat ini sedang magang di salah satu bank terkemuka.



“Nama gue Rina Triwardhany, baru aja lulus dari psikologi Universitas Tarumanegara, sekarang lagi sibuk ODP di salah satu bank di Indonesia”

Informan R sudah memiliki pasangan dan tidak malu-malu untuk menunjukkan ke lingkungannya dalam bentuk nama *contact* BBM.

“Rina triwardhany, itu nama bener gue kok! Hehehe yang di BBM..itu.. jadi gini kan cowok gue namanya ari dan gue rina, pas gue gabungin jadi Arina kedengerannya bagus jadi gw pake nama itu aja di bbm gue”

Informan R lahir dan menghabiskan masa kecil di kota Palu. Mendapat desakan dari dalam diri untuk mencoba merantau ke Jakarta dengan motivasi masa depan yang lebih baik bagi diri dan keluarganya. Informan R memiliki karakter yang tidak malu-malu untuk menunjukkan ekspresi afeksi terhadap pasangan dalam lingkungannya, contohnya R mengganti nama *contact* BBM-nya dengan gabungan nama R dan pasangan. R baru saja mendapatkan gelar sarjana dalam psikologi.

Informan ke dua dalam penelitian ini adalah Y, Informan Y adalah seorang laki-laki kelahiran Pekanbaru, anak ke 3 dari 4 bersaudara dan baru menetap di Jakarta selama kurang lebih 9 tahun terakhir ini.

“Nama gue Yudie Rahman Ramadhan, lahir pekanbaru, 02-06-86, kakak gue 2, adek gue 1. Gue tinggal di Jakarta dari tahun 2002. Jadi udah sekitar 9 tahun lah total di Jakarta”

Masalah didalam keluarganya membuat informan Y memutuskan untuk berdomisili di Jakarta saja dan menjaga jarak dengan keluarga intinya.

“Waktu itu bokap-nyokap lagi cerai, jadi biasalah bro, broken home, males gue ditarik sana sini. Jadi gue ke Jakarta aja”

Informan Y sudah sering kali datang ke Jakarta sebelumnya, awal kepindahannya ke Jakarta Y menetap bersama kakaknya, setelah itu ayah Y mengontrakan rumah untuk diri Y sendiri.

“Gue udah sering ke Jakarta kok, dulu kalo liburan pasti main ke rumah fery. Nah waktu itu gue tinggal sama abang gue, dia udah disini duluan dari taun 2000an, jadi sementara gue numpang. Tapi ga lama, berantem mulu gue, jadi gue di kontrakin rumah sama bokap”

Pada awalnya masih mendapat bantuan finansial dari keluarganya untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Sekarang Y masih berusaha bertahan hidup di Jakarta meski tidak lagi mendapat sokongan finansial dari keluarga intinya lagi

“Ga bro, waktu itu bokap masih jaya-jayanya, gue sih disini seneng-seneng aja tiap hari. Tapi abis bokap agak turun ya gue bertahan dengan kerja sana sini. Ada kerjaan, ada duit, ya gue kerjain. Masih mending disini dibanding balik ke pekanbaru. Yang ada stress gue disana”

Dalam pemenuhan kebutuhannya sehari-hari, sekarang informan Y bekerja untuk teman lamanya dari pekanbaru.

“Sekarang sih Alhamdulillah gue kerja sama temen pekanbaru gue di bidang perumahan, udah sukses dia sekarang. Hahaha dulu temen baik gue banget pas gue disana sekarang jadi bos gue”

Informan Y lahir dan menjalani masa kecil di kota Pekanbaru. Memiliki latar belakang keluarga yang berkecukupan secara finansial dan hidup ditengah saudara kandung yang cukup banyak. Masalah perceraian kedua orangnya merupakan faktor utama yang mendorong diri Y untuk pindah ke Jakarta. Awal kepindahan dirinya Y masih sering mendapat bantuan finansial dari orang tuanya tetapi setelah beberapa saat Y berusaha menghidupi dirinya sendiri.

Informan ketiga dalam penelitian ini adalah Informan A. informan A adalah seorang perempuan berusia 23 tahun, anak ke 2 dari 3 bersaudara. A juga merupakan sarjana komunikasi massa.

‘Nama gue Armytanti Hanum, lahir tanggal 22 januari 1988, anak kedua dari 3 bersaudara. Kakak gue perempuan, ade gue laki-laki. Lulusan S1 komunikasi Massa Unila tahun 2009. Perlu IP lulus juga ga?’

Tempat lahir A adalah Bandar Lampung.

Bukan, gue lahir di rumah eyang gue, Bandar Lampung.

Kegiatan A sekarang sehari-harinya adalah mengajar

“Hahahahaha sekarang gue ngajar di high scope kuningan. Dan di weekend ngasih les ke rumah, biasanya sih anak-anak expat yang gue ajar”

Informan A adalah seorang perempuan kelahiran Bandar Lampung tetapi besar di Jakarta. Memiliki prestasi akademis yang selalu diatas rata-rata. Dalam keluarganya A mempunyai 1 kakak perempuan dan 1 adik laki-laki. Merupakan lulusan sarjana komunikasi dari perguruan tinggi di Bandar Lampung. Kegiatan A sehari-hari adalah mengajar.

## 5.2 Media Habit

- **Sumber Informasi Sehari-hari**

Dalam kesehariannya informan R mendapatkan dan mencari informasi-informasi yang dia butuhkan melalui internet, selain internet R juga menggunakan media cetak.

“Sehari-hari biasanya internet, internet kan gampang diakses dimana aja, apa lagi saya pake blackberry sekarang, jadi lebih mobile donk. Dirumah juga pake langganan internet bulanan, sayang donk kalo ga dimanfaatin. Mubazir. Hahaha Ehiya sama koran kadang-kadang sih. Kalo dijakarta saya ga langganan koran tapi kalo lagi di rumah (palu) setiap pagi pasti baca koran”

Media cetak merupakan pilihan kedua bagi R dalam mencari informasi yang dibutuhkan tetapi frekuensi penggunaan tidak intens dan tetap.

“Engga lah, kalo lagi pengen baca aja baru beli Koran. Kan kalo dirumah si papa yang langganan”

Informan R lebih memilih menggunakan akses internet sebagai cara utama dalam mencari dan mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan. Media cetak merupakan pilihan kedua setelah internet. Media cetak dikonsumsi pada saat-saat tertentu saja. Seperti ketika R ingin atau R sedang berada di rumahnya di Palu.

Begitu pula dengan informan Y, dalam kesehariannya Y lebih sering mendapatkan dan mencari informasi-informasi yang dibutuhkan melalui akses internet.

“Ohh kalo itu mah dari blackberry, sekarang gue kan udah punya blackberry bro, ga perlu warnet lagi”

Pergaulan juga merupakan salah satu sumber informasi bagi informan Y dalam interaksi sehari-harinya.

“Informasi? Yah biasanya sih dari ngobrol sama orang, yah lo kan tau bro, gue sama siapa aja ngobrol, gue ga milih-milih temen, dari bos-bos chevron sampe porter dikalimantan juga pernah gue ngobrol sama mereka”

Radio merupakan media alternatif dalam mendapatkan dan mencari informasi bagi Y, tetapi intensitas penggunaan radio sangat sedikit.

“Yeap, gampang, cepat & praktis. Dibanding yang lain, baca perlu beli koran atau buku, mana beli cuma sekali, isinya ya gitu-gitu aja. Radio paling ada dikostan, jarang sih gue dengerin, ada doank. Hahahaha”

Informan Y merupakan orang yang supel dalam pergaulan, dia dapat masuk ke berbagai kalangan untuk mendapatkan informasi secara

konvensional. Dalam kesehariannya sekarang Y memilih menggunakan akses internet yang dimilikinya melalui *Blackberry* untuk mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Radio merupakan media alternatif yang digunakan dalam mencari informasi oleh Y, tetapi frekuensi penggunaannya sangat kecil.

Seperti informan R dan Y, informan A juga menggunakan akses internet untuk mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

“Internet”

Informan A juga menggunakan beberapa media alternative lain dalam mendapatkan dan mencari informasi yang dibutuhkan, tetapi waktu yang digunakan tidaklah tetap dan konstan seperti penggunaan internet.

“Ya, kalo koran ga langganan dirumah, radio juga ga punya, eh paling radio kalo lagi dimobil aja. TV juga jarang ditonton soalnya kalo udah dirumah mending gue istirahat atau kerjain kerjaan rumah”

Informan A memilih menggunakan akses internet sebagai media utama mencari informasi yang dibutuhkan. Walaupun informan A juga menggunakan media cetak, radio dan TV sebagai media lainnya dalam mencari dan mendapatkan informasi, tetapi frekuensi penggunaannya kecil dan tidak tetap.

- **Jenis Media dan Gadget yang Digunakan**

Dalam mendapatkan dan mencari informasi-informasi yang dibutuhkan R menggunakan *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *Google* melalui *Blackberry*nya. Penggunaan gadget *Blackberry* oleh informan R sangat tinggi, karena hampir di setiap kesempatan.

“Yoiiii.. Hari gini bit harus terus update kabar terbaru, apalagi ini Jakarta. Itu juga gunanya langganan blackberry mahal-mahal.

Saya butuh apa tinggal searching aja di blackberry. Lebih mudah”

*Blackberry* digunakan R sebagai media utama mencari informasi

“Hmmm.. kayanya seringan di blackberry deh..”

Intensitas R dalam menggunakan *gadget Blackberrynya* sangat tinggi didalam kegiatan sehari-hari.

“Hmm biasanya sih kalo butuh, tapi minimal abis beraktifitas saya pasti sempet-sempetin sih ngecek blackberry.”

Ketika online R lebih sering menggunakan waktunya itu untuk mengakses beberapa situs jejaring sosial.

“saya sih online biasanya buat main facebook, cek game-game facebook, twitter, foursquare, baca-baca blog, buka link di twitter, liat status anak-anak, liat foto-foto mereka. hmm sama paling sering pake google kalo buat nyari.”

Dari beberapa situs jejaring sosial yang digunakan oleh R, *Twitter* merupakan situs jejaring sosial yang paling sering diakses R.

“Jarang banget ada sms sekarang bit, semua orang kan udah punya BB sama twitter”

Informan R menggunakan *gadget Blackberry* dalam kesehariannya untuk mendapatkan berbagai informasi dari internet. *Blackberry* digunakan karena praktis dan efisien bagi R. Dari berbagai media yang digunakan oleh R, situs jejaring sosial *Twitter* merupakan media utama yang paling sering di akses. Bagi R dalam lingkungan dan kesehariannya sms adalah fitur layanan yang jarang lagi digunakan karena sekarang sekitarnya sudah menggunakan *Blackberry*.

Senada dengan informan A, informan Y pun menggunakan *Blackberry* untuk mengakses internet dalam memenuhi kebutuhan akan informasinya sehari-hari.

“Iya donk, blackberry, sayang gitu udah bayar mahal”

Y menggunakan waktu online untuk berjejaring dan berbincang.

“Biasanya sih twitteran, chatting”

*Facebook* bagi Y telah kurang intensitas penggunaannya.

“Facebook juga kadang-kadang”

Informan Y lebih sering menggunakan *Twitter* bila dibandingkan dengan *Facebook* dalam kesehariannya.

“Twitter sih, facebook biasanya buat upload foto doank, anggep aja kaya foto album pribadi. Hahaha”

Informan Y menggunakan *Blackberry* untuk mengakses internet dan mendapatkan informasi. *Blackberry* digunakan oleh Y untuk memaksimalkan fungsi *gadget* tersebut. Dari sekian banyak media internet Y lebih memilih menggunakan *Twitter* dalam berinteraksi dibandingkan dengan *Facebook*.

Sama seperti R dan Y, Informan A pun menggunakan *gadget Blackberry*nya dalam mengakses internet dalam kesehariannya.

“Semenjak gue punya blackberry ya jelas donk dari blackberry, sebelumnya ya dari laptop di kamar”

A menggunakan waktu *onlinenya* untuk berbincang dan mencari informasi di dunia maya.

“Chatting, liat-liat, wandering around in cyber world”

Dan A juga mengakses beberapa situs jejaring sosial.

“Facebook, twitter, detik”

*Twitter* adalah situs jejaring sosial yang lebih sering digunakan dalam keseharian A dibandingkan dengan facebook atau situs jejaring sosial lainnya.

“Lebih sering twitter, chatting kadang-kadang aja kalo perlu, facebook udah ga main lagi, eh bukan ga main tapi jarang banget gue buka facebook”

Lingkungan A rata-rata memiliki *gadget Blackberry*, sehingga membuat A merasa akses ke lingkungan sekitarnya lebih mudah menggunakan BBM dibandingkan menggunakan *Facebook*.

“Udah usang aja kalo menurut gue, gue merasa bahwa orang-orang yang biasa menghubungi gue lewat facebook udah ada di contact BBM atau di twiiter gue. Jadi buat apa borosin baterai BB, mending gue sign out”

Tetapi informan A akan menggunakan kembali akun *Facebooknya* bila ada keperluan tertentu.

“Yah paling tar temen atau orang yang bersangkutan akan ngabarin ke gue, antara sms, telpon, YM, BBM atau twitter. Baru deh gue online facebook”

Informan A awalnya mengakses internet dari laptop pribadinya tetapi setelah memiliki *gadget Blackberry*, A lebih memilih *Blackberry* sebagai media utama untuk mengakses internet. A lebih sering menggunakan fasilitas *chatting* dan *Twitter* dalam berinteraksi. Bagi A *Facebook* sudah jarang digunakan karena dalam BBM dan *Twittemya* sudah ada teman-teman yang dibutuhkan.

- **Penggunaan *Twitter***

Situs jejaring sosial *Twitter* yang menawarkan kemudahan berbagi informasi dimana dan kapan saja membuat situs jejaring ini menjadi hal yang diadopsi menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari remaja, seperti pada informan R

“Hmm kabar temen-temen, sodara-sodara. Biasanya kan mereka sering banget update twitter dan saya cuma perlu ngecek Timeline aja dan saya tau mereka ngapain aja seharian. Lagi apa? Dimana?Lagi kenapa?”

Bahkan rasa ketidaknyamanan dapat timbul dari dalam diri R bila aksesnya ke situs jejaring sosial *Twitter* mendapat hambatan atau rintangan.



“Wah engga tau juga hahaha tapi pastinya ga nyaman kali ya. Setiap hari walau saya lagi ga update twitter tapi saya dapet informasi ya dari Timeline. Jadi pengamat aja udah dapet banyak informasi”

Tidak mudah bagi R bila kehilangan akses ke *Twitter*

“Yahh gelisah, penasaran. Hmm kaya kemaren bit, pas pulsa abis mau ga mau bela-belain panas-panasan jalan ke depan, nyari ATM trus beli pulsa deh. Trus daftar lagi deh. Trus bisa online twitteran lagi deh. Hehehehe”

R selalu ingin memaksimalkan *Gadget Blackberrynya*.

“Ya langganan BB juga lah, susah kalo BB mati. Mati gaya. Ga terbatas karena twitter maksud saya”

Informan R menganggap *Twitter* adalah bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-harinya. Interaksi R dengan lingkungannya lebih banyak terjadi dalam *Twitter*. Tanpa harus ikut berpartisipasi dalam *Twitter* R merasa juga mendapatkan berbagai informasi. Bagi R kehilangan akses ke *Twitter* merupakan hal yang sangat dihindari. Sebisa mungkin R menjaga agar akses itu tetap ada. Salah satu faktor pendorong penggunaan *Twitter* adalah usaha pemaksimalan *Blackberrynya*.

Bagi informan Y pun situs jejaring sosial *Twitter* merupakan media komunikasi utama dalam lingkungannya.

“Huuuh, contact BBM gw lebih sedikit dibanding twitter gue. Hahaha”

Dalam lingkungannya informan Y komunikasi melalui situs jejaring sosial *Twitter* lebih cepat mendapat respon dibandingkan media lainnya.

“Sering dan lebih enak twitteran, karena tanggapan yang gue dapet dari temen-temen gue justru lebih cepet dari twitter. Kan ngeselin BBM udah D bahkan R ga ada balesan eh tapi bocahnya bisa update twitter”

Situs jejaring sosial *Twitter* tidak dapat dipisahkan dari hidup Y.

“Wahhh pusinggg ambbooo, gimana ya, lebih rame twitter sih dibanding BBM gue. BB gue sepi abis donk, males”

Bahkan sebelum memakai *gadget Blackberry*, *Twitter* adalah media utama komunikasi dan interaksi dalam lingkungan disekitar Y.

“Pernah sih dulu sebelum pake BB, kalo mau ngetweet ya gue jalan ke warnet terdekat atau pinjem BB temen”

Bagi informan Y, *Twitter* adalah media komunikasi utama sehari-hari. *Twitter* adalah salah satu media yang diusahakan Y untuk dijaga aksesnya. Kehilangan akses ke *Twitter* kurang bisa ditolerir oleh Y. Ketika berkomunikasi menggunakan *Twitter* respon yang didapatkan Y jauh lebih cepat dibandingkan media lainnya.

Sedangkan bagi informan A situs jejaring sosial *Twitter* adalah sebuah media komunikasi yang awalnya harus dipaksakan oleh lingkungan sekitarnya namun sekarang A dapat mempergunakan *Twitter* dengan sebaik-baiknya.

“Yeap, awalnya gue males, karena ga ngerti sih sebenarnya..tapi setelah didesak-desak kanan kiri atas bawah, ya gue ngalah, dengan berat hati gue bikin twitter. Lama – kelamaan setelah kebiasaan baru deh pandangan gue berubah. *Twitter* itu gampang, ga ribet, mobile dan fast respond”

A merasa *Twitter* penting dalam kesehariannya karena informasi-informasi yang dibutuhkan dirinya tersedia lengkap.

“Liat berita sama cari info sih, kan gue follow @DetikCom, nah timeline nya itu selalu update dengan berita-berita terkini, jadi gue ga perlu susah udah bisa update berita”

Bagi A sekarang ini, informasi-informasi yang terdapat pada situs jejaring sosial *Twitter* memegang peranan tersendiri dalam menunjang aktifitas kesehariannya.

“Sama cari info, biasanya ke @TMCpoldametrojaya, buat tau status jalan-jalan di Jakarta atau tempat yang gue tuju. Jadi gue

tau keadaan di depan gue dan gue bisa mempertimbangkan waktu dan rencana gue ga bakalan berantakan”

Informan A termasuk individu yang tidak begitu suka untuk mengikuti *trend* seperti remaja lain pada umumnya. Tetapi tekanan dari lingkungan sekitar untuk ber*Twitter* akhirnya membuat dirinya mencoba *Twitter*. Seiring peningkatan frekuensi pemakaian *Twitter* maka toleransi A terhadap *Twitter* pun meningkat. Saat ini A menggunakan *Twitter* sebagai sumber informasi yang menunjang kegiatannya sehari-hari.

- **Akun dalam *Twitter***

Beberapa akun yang *follow* oleh informan R sejak awal bermain *Twitter* sampai saat ini. Akun-akun yang *follow* ini merupakan sumber informasi bagi R.

“Hmm yang pasti @SoalCINTA, kalo ga lo kan ga disini. Hehehe trus @Mario\_\_Teguh, @pepatah, @SoalAsmara, @metro\_TV, @detikcom. Apalagi ya bit..hmm.. beberapa mall sama restoran sih kayanya.. lupa juga, banyak gitu abisnya bit..”

Bagi R akun-akun *Twitter* tersebut menyediakan informasi-informasi yang dibutuhkan R sehari-hari dan juga merupakan salah satu bentuk ungkapan diri dan perasaannya.

“Ya pertama karena informasi, beberapa TV atau koran. Enak tinggal baca Timeline, liat headline, buka linknya udah tau ada kejadian apa hari ini. Trus ada juga restoran sama mall – mall yang sering saya datangi, kalo itu mah buat info diskon, produk atau event kalo lagi ada. hahaha biasa cewek.. sekali lagi ga perlu buka web, searching di mbah google, tinggal buka Timeline, eh banyak infonya. Hehehe sama ada beberapa akun yang mencerminkan diri saya, seperti pemikiran dan pendapat saya mengenai suatu hal”

Seperti akun @detikcom bagi R, dirinya mencontohkan kegunaan akun tersebut beberapa waktu silam.

“Kaya @detikcom waktu itu ngabarin waktu lebaran di Arab, atau @mario\_teguh yang bilang kalo hubungan dasarnya perlu kepercayaan sama apa gitu. Itu kan pendapat saya banget, setuju banget sama Mario teguh pas tweet itu. Atau ga pas @SoalCINTA ngomongin mantan. Arrgghhh biasanya langsung keinget si Dika kan, jadi suka kesel sendiri abis itu deh bit”

*Tweet-tweet* dari akun @SoalCINTA adalah *tweet-tweet* yang paling sering di *ReTweet* (RT) oleh informan R.

“Lumayan sering kok, apalagi kalo malem-malem bit, udah ga ada film bagus di TV nih ya, ga bisa tidur yaudah jawab-jawabin aja tweet di Timeline”

*ReTweet* akan *tweet-tweet* akun @SoalCINTA hanya akan R lakukan pada saat-saat tertentu

“Engga juga sih tapi lebih sering jawabnya pas malem”

Dalam *meReTweet* @SoalCINTA R punya waktu tertentu dan alasan tertentu.

“Ya karena belum bisa tidur, ga ada Film bagus, dan ya sepi juga ditwitter, ga ada yang bakalan nangepin komentar aneh-aneh”

R *memfollow* akun-akun dalam *Twitter* yang menyediakan informasi bagi dirinya. Berikut juga akun-akun yang menurut R sependapat dengan pandangan dirinya atau mewakili pemikiran-pemikirannya terhadap suatu hal. Akun-akun yang terdapat di *Twitter* layaknya refleksi pribadi R. Akun @SoalCINTA adalah akun yang sering mendapat perhatian R, terutama di malam hari, karena pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Sedangkan bagi informan Y, akun-akun yang pertama *difollow* oleh Y dalam *Twitter* adalah teman-teman personalnya, lalu Y mencari akun-akun yang dapat menjadi sumber informasi bagi dirinya sehari-hari.

“Ya yang pasti temen-temen gue, trus @detikcom, @SoalCINTA, @SoalAsmara, artis-artis, radit siapa tuh. Tweet nya lucu, konyol, buat bahan ketawaan aja”

Pertimbangan informan Y dalam mem*follow* suatu akun *Twitter* adalah kebutuhan diri Y akan informasi yang dapat disediakan akun-akun tersebut dalam setiap *tweet*nya.

“Yaaaa karena detik itu berita, berita tuh penting banget, kaya lo tau hari ini ada apa, jadi lo ga ketinggalan berita, masa yang happening lo ga tau sih bro, ini Jakarta gitu, ketinggalan dikit bisa-bisa ilang kesempatan”

Informan Y menyukai akun @SoalCINTA karena *tweet-tweet*nya menggambarkan dirinya dan mengekspresikan pikirannya.

“Kalo itu buat karena pertanyaan-pertanyaannya gue banget”

*Tweet-tweet* dari akun @SoalCINTA merupakan hal yang sangat menarik bagi informan Y.

“Hmm yah buat gue *tweet* dari @SoalCINTA tuh gue banget, pertanyaannya tuh emang menarik gue buat nanggapi *tweet* itu”

Akun-akun mendapat prioritas untuk Y *follow* adalah teman-teman, lalu akun-akun yang merupakan sumber informasi bagi Y didalam ber*Twitter*. Y merasa akun-akun lainnya ini menyediakan informasi yang bagi dirinya sangat penting. Y merasa penting untuk selalu *up-date* dengan berita-berita terkini. Selain itu Y merasa mendapat hiburan dari beberapa akun tersebut. *Tweet* dari @SoalCINTA membantu Y untuk mengekspresikan perasaannya.

Begitu pula dengan informan A, dirinya mem*follow* akun-akun *Twitter* yang dapat memberikan informasi yang diinginkan dirinya

“Banyak lah, @SoalCINTA, @SoalAsmara. @Zodiacfacts gitu-gitu lah..”

Bagi A, dirinya mem*follow* akun-akun tersebut karena informasi-informasi yang disediakan oleh akun-akun tersebut sesuai dengan

kebutuhan informasi sehari-hari A dan juga kegiatan utama ber*Twitter* bagi A adalah *follow* dan *memfollow*.

“Pertama banget informasi, informasi update, setiap saat dan dimana saja udah jadi tuntutan jaman modern bit. Lo ketinggalan informasi telat sebentar aja bisa tenggelam persaingan lo. Ya kedua ngapain lagi di*twitter* kalo ga *follow* akun yang sesuai dengan diri lo”

*Tweet-tweet* yang dihasilkan akun @SoalCINTA adalah bentuk ekspresi dari diri A dalam *Twitter*

Kalo itu biasanya sih ada yang sesuai dengan keadaan atau perasaan gue saat itu ya bakalan gue jawab langsung.

Informan A merasa bahwa kebutuhan akan informasi yang dinamis adalah sebuah tuntutan jaman. Tuntutan itu muncul agar individu tidak kalah dalam persaingan yang terus terjadi di jaman sekarang. Selain itu A mengatakan bahwa *memfollow* dan di *follow* adalah kegiatan utama dalam ber*Twitter*. Akun *Twitter* @SoalCINTA dengan *tweetnya* membantu A mengekspresikan apa yang A alami pada saat itu juga.

### 5.3 CPM

Dalam melihat bagaimana *tweet-tweet* yang berisi ekspresi afeksi para remaja dalam penelitian ini digunakan teori CPM (*Communication privacy management*). Teori ini membantu peneliti untuk dapat melihat proses negosiasi kompleks diantara kebutuhan akan *privacy* dan keinginan melakukan keterbukaan yang terjadi dalam diri remaja ketika akan *upload* sebuah *tweet*.

- **Informasi Privat**

Informan R mengetahui bahwa terkadang ada *tweet-tweet* dalam *Timeline* yang berisi informasi privat mengenai seseorang.

“Bangettt, apa aja ada, kaya lagi berantem sama pacar, diomelin bos dikantor. saya bisa tau tuh, hehehe malah kaya baca diary orang”

Informan R mendefinisikan arti informasi privat yang dipahami oleh dirinya.

“Informasi pribadi menurut saya adalah informasi-informasi mengenai diri saya, mengenai hal-hal privacy dan tidak semua orang perlu tahu”

R mengungkapkan *tweet* seperti apa yang memiliki informasi privat mengenai diri R.

“Hmm saya sih sukanya jawab *tweet* yang tentang diri saya atau pasangan saya. Perasaan saya”

Contoh *tweet* dengan informasi privat R didalamnya dalam *ReTweet tweet* pada akun @SoalCINTA.

“Hmmm.. misalnya waktu itu ada pertanyaan gimana cara membahagiakan hati wanita, trus saya jawab aja kalo pasangan yang jujur, setia, gak macem-macem sama saling menghargai satu sama lain itu bahagiain hati wanita banget”

Menurut Informan R tidak ada masalah ketika seseorang ingin melepas informasi privat ke *Twitter*, asal masih dalam batas-batas yang normal menurut R.

“Menurut saya tidak kenapa-kenapa kalo cuma kaya gitu doank, masih masuk ke dalam norma-norma yang berlaku. Masih umumlah bit. Lagipula kalo mau ngomong yang pribadi kan di twitter ada DM bit”

Informan R menyadari bahwa didalam sehari-hari ber*Twitter* terkadang ada *tweet* dari akun temannya dalam *Timeline* R yang mengandung informasi privat seseorang. R sendiri tidak keberatan membuka informasi privatnya mengenai pasangan asalkan demi kebaikan mereka. Dengan definisinya sendiri R merasa bahwa informasi

privat bisa dan tidak apa-apa untuk dilepas ke publik dalam bentuk *tweet* ekspresi afeksi.

Bagi informan Y mengungkapkan informasi privat dalam bentuk *tweet* adalah bentuk interaksinya dengan lingkungan sekitarnya. Terutama *tweet-tweet* ekspresi afeksi dari @SoalCINTA yang Y tujuakan kepada pasangannya.

“Karena gue suka aja nyindir, nyela orang lewat tweet itu. Ga perlu mention bro, kalo mention kan kesannya gue ngomong langsung. Ini di ekspresikan aja lewat tweet itu. Kaya misalnya tentang mantan. Gue jawab aja, dan semoga aja dia baca. Yah syukur-syukur sih kalo dia baca. Hahahaha”

Bagi informan Y informasi privat mengenai masa lalu dan keluarganya adalah informasi-informasi yang tidak akan dia ungkap dalam *tweetnya*.

“Hmm pernah sih tapi ga sering, gue ga suka ngungkit hal-hal itu, mending lo nanya tentang cewek dah sama gue dibanding tentang masa lalu keluarga gue”

Y membagi informasi privatnya tersebut hanya dengan orang-orang yang menurut Y bisa dirinya percaya betul-betul.

“Saudara lah yang pasti, lainnya paling orang-orang tertentu. Ga banyak. Yang namanya hidup bro, banyak turun naiknya. Apalagi orang kaya gue, banyak banget temen tapi sedikit yang bner-bner temen. Kaya lo, udah gue anggep sahabat gue”

Informan Y membuka informasi privat dalam bentuk *tweet* adalah suatu cara interaksi dan juga untuk menyindir seseorang dalam *Timelinenya*. Informan Y juga mempunyai batasan akan mana informasi yang tidak akan dia ungkap ke dalam *Twitter*. Dan cuma orang-orang tertentu yang Y beri akses ke informasi privat tersebut.



Informan A mempunyai definisi tersendiri mengenai pengertian informasi privat.

“Informasi mengenai diri gue, bisa baik & buruk, dan ga bisa diakses semua orang”

Menurut informan A informasi privat berbentuk *tweet-tweet* yang ada dalam *Timeline* seseorang bukanlah sesuatu yang luar biasa.

“Engga juga ah, biasa aja..menurut gue tweet itu adalah sebuah bentuk pikiran lo yang lo tuangkan ke dalam bentuk tulisan. Dan yang namanya pikiran kan sah-sah aja mau kaya gimana”

Dengan definisi informasi privat yang spesifik bagi dirinya sendiri, A merasa bahwa informasi privat yang tertuang dalam bentuk *tweet* adalah sesuatu yang wajar. Kewajaran itu karena A merasa *tweet* adalah bentuk tertulis dari pikiran individu.

- **Batasan Privat**

Dalam mengekspresikan afeksi terhadap pasangannya Informan R mempunyai batasan-batasan tertentu. Bila melewati batasan akan informasi yang boleh di *tweet* bagi dirinya maka R akan menggunakan fitur DM yang ada dalam *Twitter*.

“Jadi kalo ada tweet @SoalCINTA yang personal banget, saya dan pasangan only, biasanya mendingan di DM-in ke akun nya Ari, walaupun pake #Nomention tapi kalo di tweet pasti pada tau lah nanti”

Hal-hal yang tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku dimasyarakat dan hukum yang berlaku adalah hal-hal yang tidak akan diungkap ke dalam bentuk *tweet-tweet* oleh informan R.

“Ya berlawanan kaya yang tadi donk, yang ga sesuai norma, kaya misalnya ngomongin hubungan fisik, pelukan, ciuman. Hal-hal yang tinggi tingkat privacynya”

R mempunyai batasan-batasan tersendiri akan informasi privat yang bisa diungkap ke dalam ruang publik dalam bentuk *tweet* atau tidak. Bila sebuah informasi sudah melewati batasan yang dimiliki oleh informan R, maka dirinya akan menggunakan fitur DM dibandingkan *tweet* biasa.

Sedangkan bagi informan Y dalam *memposting* suatu *tweet* dirinya mempunyai batasan tertentu, selama hal tersebut masih dinilai wajar oleh Y maka tidak ada masalah untuk diungkap.

“Batasan? Apa ya? Ya selama ga nyinggung masa lalu orang, keluarga orang, ngata-ngatain orang, merendahkan orang, sombongin diri”

Tapi pada sisi lainnya Informan Y merasa bahwa ada saatnya batasan-batasan tersebut itu tidak perlu.

“Kalo itu mah ga ada, hahaha, itu Cuma soal-soal gitu doank gitu, masa perlu dibatasi sih ngejawabnya. Ga seru ah”

Batasan-batasan dalam diri Y itu menjadi kabur terutama bila ada kaitannya dengan kepentingan-kepentingan pribadi Y.

“@SoalCINTA, nah *tweet* itu ada ga hubungannya sama gue, atau temen-temen gue, atau cewek yang lagi dekat sama gue, kalo ada ya pasti gue tanggepin”

Informan Y mempunyai batasan-batasan tersendiri dalam mengungkap informasi privat dalam *tweet*. Dan Y berpandangan terkadang ada saat dimana batasan-batasan mengenai informasi privat tersebut bisa dan perlu untuk diterobos dan juga dipinggirkan.

Senada dengan informan R, Informan A mengatakan batasan dirinya dalam mengungkapkan informasi dalam bentuk *tweet* adalah norma-norma dan hukum yang berlaku. Bahkan bagi A yang merupakan individu yang cukup *blak-blakan* dirinya masih memiliki aturan tersendiri.

“Yah normal, bukan sesuatu yang melanggar hukum, norma dimasyarakat, ya kaya orang normal aja bit. Gue emang blak-blakan kalo ngomong tapi twitter kan new media bit jadi ya make mikir dikit lah kalo ngetweet, bikin tweet nyeleneh mah sama aja bikin penyakit buat diri sendiri”

Informan A dalam mempunyai batasan-batasan yang cukup jelas dalam mengungkap informasi privat ke dalam bentuk *tweet*. Ini dimaksudkan agar tidak ada masalah yang datang akibat pembukaan informasi privat dirinya.

- **Kontrol dan Kepemilikan**

Informan R mengontrol siapa yang dapat mengakses informasi di *Timelinenya* dengan fitur yang disediakan oleh *Twitter*.

“Timeline harus diprotect bit, dulu pertama kali bikin twitter emang sih belum diprotect nah sekarang saya kan udah ngerti jadi sekarang udah di protect tu Timeline”

R merasa dengan mem*protect* akun *Twitter*nya maka dirinya dapat memilih mana orang yang dapat berteman dalam *Twitter* dan mendapatkan akses ke dalam *tweet-tweetnya*..

“Karena kalo ga di protect kan semua orang bisa liat, bahkan yang ga punya twitter pun. Dengan diprotect orang yang mau jadi nge add kan harus request permission, jadi nya saya bisa memilah-milah mana yang saya mau add, mana yang saya ga mau add”

Sebagai pemilik informasi privat R menggunakan pengontrolan atas informasi apa yang mau diungkap dengan menerapkan beberapa aturan tertentu.

“Banyak sih, pertama soalnya kaya apa, kedua biasanya siapa yang lagi online”

R menjabarkan *tweet-tweet* dari akun @SoalCINTA yang menjadi prefensi dan prioritas bagi dia dan alasan dibalik dirinya mau untuk *meReTweet* @SoalCINTA.

“Yah normal lah bit..soal cara ngebahagiain pasangan, suka atau enggak suka sama sikap pasangan atau mantan yang gimana, yah yang bisa menjadikan hubungan saya dan pacar lebih baik lah. Soalnya terkadang lebih mudah untuk pake @SoalCINTA buat nyindir pacar secara tersirat daripada mention langsung orangnya”

Informan R sebagai pemilik dan pemegang kontrol atas informasi privat menggunakan fitur-fitur yang memang sudah disediakan dalam *Twitter* untuk membatasi akses orang lain akan informasi dalam *Timeline* R. Dengan fitur tersebut dia bisa menyaring siapa saja yang bisa berteman dan mendapat akses ke *Timeline* R. dalam melakukan pengungkapan informasi privat R melakukan kontrol lagi dengan melihat siapa saja yang mungkin akan membaca informasi tersebut.

Sependapat dengan informan R, informan Y juga melihat bahwa *protect Timeline* adalah suatu keharusan dalam ber*Twitter*. Y juga menyatakan bahwa dirinya lebih menyukai proses *Twitter* ini karena ini memberikan semacam penyaring bagi dirinya, dalam mengontrol siapa yang dapat mengakses informasi dalam *tweet-tweetnya*.

“Protect Timeline lahh, sorry bukannya gue sombong tapi gue mang maunya cuma orang-orang tertentu doank yang jadi followers atau gue follow. Kalo anaknya ga asyik ngapain follow-followan. Jadi sebelum nge-add mereka kan harus request ke gue dulu, disitu yang asyik gue approve, yang engga ya jangan harap. Dan enaknya twitter ga kaya facebook kalo ga gue approve ga bakalan ganggu kirim message. Hahahaha”

Informan Y juga menggunakan fitur-fitur yang terdapat dalam *Twitter* itu sendiri untuk menyaring siapa saja yang dapat mengakses *Timelinenya*. Y menerapkan hal semacam ini untuk membatasi akses ke dalam *tweet-tweetnya* yang kemungkinan besar terkandung informasi pribadi Y.

Berbeda dengan informan R dan Informan Y, fungsi kontrol bagi informan A dicapai bukan dengan cara mem*protect* akun *Twitter*nya.

“Hmm itu sih tergantung pinter-pinternya lo aja bit, orang-orang pada *protect* akunya kan. Gue sih ga, gue terbuka kok berteman dengan siapa aja tapi ketika ada satu yang ga gue suka yah tinggal di *mute* atau di *block*. Kelar urusan. Dia ga suka? Itu urusan dia”

Informan A mendapatkan fungsi kontrol pemilik informasi privat dengan fitur *mute/block* yang ada pada *Twitter*. Informan A menerima pertemanan dengan siapa saja dalam *Twitter* tetapi dirinya akan membatasi akun-akun mana saja yang dapat melihat *tweet-tweet*nya.

- **Sistem Manajemen Berdasarkan Aturan**

Informan R memiliki suatu cara pengelolaan tersendiri dari dalam dirinya ketika berusaha untuk mencapai keputusan *final* ketika akan mengungkapkan suatu informasi privatnya ke dalam bentuk *tweet*. Tapi harus diawali dengan munculnya *mood* yang tepat terlebih dahulu.

“Awalnya sih... tergantung mood kali ya..saya lagi gimana, lagi berantem sama pacarkah, lagi keinget mantan yang ngeselin, atau lagi pengen curhat tentang sesuatu. Trus biasanya sih tinggal pilih *tweet* yang pas bisa mewakili perasaan saya..eh tapi tunggu dulu biasanya liat dulu dari *Timeline* siapa aja nih yang lagi online di dunia *twitter*. Nah kalo aman bisa lanjut nulisin curahan hati”

Bagi R selalu ada urutan-urutan tertentu yang dilakukan ketika ingin mengungkapkan informasi privatnya terkait dengan usahanya dalam melakukan pengeleloan informasi privat.

“Ga juga sih, soalnya saya biasanya ngecek siapa yang online dan selalu..garis bawah ya bit.. selalu double check *tweet* saya”

Informan R selalu dipicu dengan timbulnya *mood* dalam setiap pengungkapan informasi privatnya. Ini terjadi bila informan R melihat

*tweet-tweet* yang sesuai dengan perasaan dan keadaannya pada saat itu juga maka akan ada kemungkinan informan R akan melakukan pengungkapan informasi privatnya. Kemungkinannya akan semakin besar bila faktor-faktor lain terpenuhi.

Informan Y akan mulai memasuki tahap pengelolaan bila dirinya melihat ada *tweet-tweet* tertentu yang menurut dirinya memicu *moodnya* untuk mengungkap informasi privat ke dalam bentuk *tweet*.

“Hahahaha iya donk, kan pengalaman banyak, teman-teman banyak. Ahhhhh apalagi buat temen yang jomblo trus gitu..kaya lo..”

Dalam melakukan pengelolaan Y merasa tidak perlu untuk melakukan dari sisi dirinya. Y cenderung melihat keadaan orang yang dituju. Informan Y menilai dari *tweet-tweet* yang baru *diposting* oleh yang bersangkutan.

“Double check rasanya ga perlu deh, gue kan sebelum nulis tweet itu udah mikir dulu. Kaya orang nya kaya apa, tweet gue kaya apa. Jadi efektif dan efisien. Kalo orangnya misalnya lagi marah-marah tweetnya atau status lainnya lagi galau gue juga ga akan colek kok, pasti gue diemin sampe keliatan tenang baru gue godain..hahahaha”

Informan Y selalu melakukan pengelolaan disaat melakukan pengungkapan informasi privat ke dalam bentuk *tweet*. Dalam mengeluarkan informasi privat informan Y melihat situasi dan kondisi orang yang di maksud. Bila harus menunda, Y akan melakukannya tetapi disaat ada kemungkinan untuk mengungkapkan maka Y tidak akan segan-segan lagi.

Sama seperti yang terjadi dengan informan R, pengelolaan informasi privat yang dimiliki informan A akan dimulai bila *mood* A muncul dari *tweet-tweet* yang hadir didalam *Timelinenya*.

“Mood gue, kalo lagi mau jawab serius ya serius, kalo lagi ada tweet yang lucu buat ngeledok orang ya munculah niat iseng gue dan gue mention dah tu orang..tapi biasanya orang yang gue mention juga cuma bercanda doank, kalo tweet yang serius lebih prefer no mention, orangnya harus sadar tanpa gue bilang ke mukanya langsung”

Spontanitas adalah faktor utama yang sering kali diutamakan oleh informan A didalam mengekspresikan afeksinya melalui @SoalCINTA.

“Alur sih ga ada yang pasti, tapi yang jelas biasanya liat timeline, tertarik suatu tweet dari @SoalCINTA, something pop in my head, pikir sebentar its appropriate apa engga, trus ketik trus update tweet.. hahahaha”

Informan A menggunakan *mood* sebagai patokan dalam mengungkapkan informasi pribadi tetapi desakan untuk melakukan pengungkapan biasanya datang secara spontanitas dan dengan pertimbangan yang cukup sedikit. Pembukaan A akan informasi privat yang terjadi dalam *Twitter* bisa secara serius ataupun tidak serius.

- **Kriteria Motivasional**

Hal yang dirasa oleh informan Y merupakan alasan utamanya bagi dirinya untuk mengungkapkan informasi privatnya ke dalam *tweet-tweet* ekspresi afeksi.

“Seneng lah, bahagia, menang karena gue bener ngetweet @SoalCINTAny”

Dan motivasi lebih lanjut bagi diri Y dalam mengekspresikan afeksi terhadap pasangannya adalah keinginan agar pasangannya yang memulai.

“Ya kan biasanya gue males bilang sayang atau kangen duluan, gengsi lah bro.. masa bilang duluan. Jadi bilang tersirat aja pake @SoalCINTA, nanti pasti pacar gue yang bilang duluan dah abis baca tweet gue. Hahaha”

Informan Y merasa dalam melakukan pembukaan informasi privatnya dengan *tweet-tweet* @SoalCINTA memiliki motivasi tersendiri. Motivasi yang sering kali melandasi tindakannya tersebut adalah desakan dari perasaan dirinya terhadap pasangannya dan kebutuhan informan Y untuk mendapatkan afeksi dari pasangan tetapi tanpa harus Y yang meminta.

- **Kriteria Resiko-Keuntungan**

Hal yang dirasa informan R merupakan keuntungan atau kerugian dari mengungkapkan informasi privatnya ke dalam *tweet* adalah tindakan atau sikap yang diinginkan dari pasangannya. R menuntut kesadaran pasangan, maka dari itu ekspresi afeksi R sering kali tidak *dimention* ke akun pasangan.

“Tergantung tweetnya, kalo yang agak sensitif pasti donk saya berharap pacar saya itu menanggapi. Masa udah disindir pake @SoalCINTA masih ga ngeh juga, minta di omelin itu mah namanya. Kalo soal mantan saya sih berharap ga ada yang komentar. Hahahaha”

Dan ada juga keuntungan personal dari ekspresi afeksi tersebut.

“Lega bit”

Informan R merasa bahwa dengan mengungkap informasi privatnya ke dalam *Tweet* @SoalCINTA maka R akan mendapat keuntungan yang diharapkan, meskipun ada resiko yang harus ditanggungnya. Perasaan lega adalah keuntungan yang didapat dari setiap ekspresi R.

Bagi informan Y keuntungan dan kerugian dari mengungkapkan informasi privat Y dalam *tweet* ekspresi afeksi adalah reaksi pasangan.

“Dibales tweet gue, kalo ga berani ya DM, BBM, YM, sms, atau telpon”



Informan Y berharap ekspresi afeksi terhadap pasangannya melalui *tweet-tweet* @SoalCINTA adalah pasangan Y dapat memberikan respon yang diharapkan oleh Y.

Hal yang dirasa oleh informan A merupakan keuntungan atau kerugian dari mengungkapkan informasi privatnya ke dalam *tweet*.

“Legaaa plongg gitu..paling ga enak tau bit menahan-nahan emosi dan perasaan, kalo di pendem trus bisa-bisa gila atau stress lo ntar jadi itu harus dikeluarkan. Apalagi gue termasuk orang yang ga paling ga bisa diem”

Informan A lebih banyak menitik-beratkan akan keuntungan yang didapat oleh pribadi A daripada dengan keuntungan yang didapat dari orang lain.

- **Dialetika Manajemen**

Hal yang membuat informan R merupakan sesuatu yang perlu dipertimbangkan sebelum mengungkapkan informasi privatnya ke dalam *tweet*.

“Bimbang..apa ya.. biasanya pikiran pikiran tentang siapa yang bakal komentar, siapa yang mungkin tersinggung. Saya kan cinta damai jadi ga pengen ribut-ribut deh. Oiya bimbang juga tuh pas ada soal mantan yang pengen banget di RT tapi kan ga enak sama Ari, ga pengen nyakitin perasaan Ari, dia udah baik banget sama saya”

Informan R merasa bahwa disaat dia mengungkapkan informasi privatnya dalam menjawab @SoalCINTA itu akan memberikan pengaruh kepada sikap pasangannya. Dan disaat *tweet* @SoalCINTA menyinggung masa lalunya dia merasa segan untuk mengungkapkan perasaannya yang terpendam karena takut menyakiti pasangannya yang sekarang.

Sedangkan bagi Y pengalaman masa lalu memberikan contoh untuk mempertimbangkan baik-baik sebelum mengungkapkan informasi privat ke dalam *tweet*.

“Hahahahahahaha iya lah, dari situ gue belajar..kalo orangnya udah mulai bete atau nyinyir balik ya gue stop, ya mungkin gue terlalu masuk ke dia disaat dia ga pengen bercanda. Namanya juga manusia bro”

Pertimbangan dasar informan Y mengapa dirinya suka untuk *meReTweet tweet-tweet* dari akun @SoalCINTA.

“Penting bangeett bro, justru kenapa gue suka RT @SoalCINTA jadi gue lebih suka buat mengatakan sesuatu tanpa mention ke orangnya. Ya masa dia baca *tweet* gue ga ngerti sih.Pasti ngerti sih.abis ngetweet tinggal tunggu tanggapan”

Informan Y merasa bahwa ketika dia terlalu jauh masuk ke ruang personal seseorang maka Y akan berhenti seketika. Informan Y juga menyadari bahwa dengan *meReTweet @SoalCINTA*, maka dapat menyindir seseorang, tapi dengan resiko bahwa pembukaan dirinya itu dapat tidak terbalas.

- **Karakteristik Aturan Privacy**

Bagi informan R kesamaan *tweet-tweet* dari akun @SoalCINTA yang hadir dalam *Timelinenya* dengan keadaan perasaannya membuat dirinya ingin untuk mulai membuka informasi privatnya ke dalam bentuk *tweet* ekspresi afeksi.

“Kalo diawal kaya ada dorongan buat nulis atau komentar tentang suatu, apalagi kalo soalnya pas bitt... ihhh gemes banget pengen langsung dijawab soalnya..hahaha tapi kan perlu dicek dulu siapa yang online.. hehehe trus ada kaya deg-degan selama nulis dan terakhir lega sih abis ke update di Timeline”

Informan R pada awalnya merasakan dorongan untuk melakukan pengungkapan informasi privat akan dirinya atau pasangan ketika

menemukan kesamaan diantara *tweet* @SoalCINTA dan keadaan dirinya. Tapi diantara desakan itu R selalu berusaha melakukan kontrol saat mengeluarkan informasi privat.

Sedangkan bagi informan A informasi *privacy* mungkin diketahui orang lain bila dirinya yang memberikan.

“Ya ga mungkin tau gitu ajalah, kalo ada yang tau mengenai *privacy* gue ya karena I let them know”

Dan A juga membagi tingkat pertemanan menjadi beberapa kategori-kategori tertentu.

“Buat gue ada 3 kategori teman: common, teman dan sahabat. Common itu ya orang-orang biasa yang seliweran dan hidup lo, teman itu orang yang sedikit dekat dengan diri lo, lo nyaman dengan mereka dan sebaliknya sedangkan sahabat itu orang yang udah gone through bad and good time, lo nyaman banget sama mereka dan lo percaya banget sama mereka.”

Hanya kategori tertentu saja yang diberikan akses kepada informasi *privacy* A.

“Ke sahabat-sahabat gue, terutama sahabat gue dari SMA. There a few people that I trust in this world and one of them is my friend from high school”

Lebih lanjutnya informan A menjelaskan bahwa informasi privat dalam *tweet* bisa saja tidak terlihat dengan jelas.

“Baik-baik aja..hahahaha menurut gue lo ga bakal bisa tau kalo itu adalah rahasia seseorang karena di twitter ada hashtag, blm ada #eaa atau penggalauan, jadi rahasia seseorang bisa banget disamarkan.”

Informan A menjelaskan bahwa cara orang lain mengetahui sebuah informasi privat mengenai orang lain adalah ketika si pemilik informasi membiarkan agar orang lain tahu. Seperti dirinya yang membiarkan beberapa orang terdekat untuk tahu tidak sekedar informasi privatnya tetapi semua hal yang bersifat *privacy* hingga tidak ada rahasia

diantara mereka. A juga berpendapat bahwa dalam *tweet* bisa saja info itu disamarkan dengan sebuah *hashtag* dengan maksud mengkaburkan keseriusan *tweet* tersebut.

- **Koordinasi Batasan**

Bagi informan R dirinya mengelola informasi privat yang dimiliki bersama dengan pasangannya melalui cara tidak *mention tweet* ekspresi afeksinya langsung terhadap akun *Twitter* pasangannya.

“Karena kan ga *mention* langsung orangnya, jadi ga gengsi juga negor pacar di depan umum. Hehehe sama saya kan menjaga nama baik pacar, kalo di *mention* ke orangnya tar semuanya aja donk jadi tau..”

Informan R mengelola informasi privat yang dimiliki dirinya dan pasangannya dengan cara yang biasa dalam *Twitter*. Cukup dengan tidak *mention*, tetapi di *ReTweet* saja.

Bagi Informan Y dirinya mengelola informasi privat dengan pendamping informasi privat yang rata-rata adalah saudara kandung dan segelintir orang sahabat.

“Saudara lah yang pasti, lainnya paling orang-orang tertentu. Ga banyak. Yang namanya hidup bro, banyak turun naiknya. Apalagi orang kaya gue, banyak banget temen tapi sedikit yang bner-bner temen. Kaya lo, udah gue anggep sahabat gue”

Informan Y mengkoordinasikan informasi privat akan dirinya hanya dibagikan kepada beberapa orang tertentu. Selain saudara Y, beberapa teman akrab diberikan Y ke akses akan informasi privatnya tersebut.

Batasan informan A mengenai informasi privat yang dimiliki bersama. Ada saat tertentu dirinya merasa tidak perlu untuk *ngetweet* mengenai sesuatu hal karena dinilai A dapat mendatangkan hal-hal yang tidak baik.

Perlu lah, gue sih mungkin ga masalah ketika gue mengemukakan pikiran gue. Tapi gue akan sangat tersinggung kalo ada yang komentar menyerang. Yah kritik sih kritik tapi buat gue itu menyerang dan gua ga suka. Makanya daripada nyari masalah mending ga usah tweet masalah itu”

Dan informan A mengelola informasi privat dengan pendamping informasi privat yang merupakan sahabat yang dipercaya.

“Apa aja mengenai gue, dan gue ga punya rem dalam cerita sama dia, gue bisa cerita apa aja, kapan aja, dimana aja. Everything”

Informan A mengkoordinasikan batasan-batasan dalam *tweetnya*, bila A merasa *tweetnya* akan mendapat tanggapan yang negatif maka A tidak akan mengupdate *tweetnya*. A juga mengelola semua informasi privatnya hanya dengan sahabatnya.

- **Turbulansi Batasan**

Pengalaman informan R waktu mengalami turbulansi batasan.

“Hahaha bisa bisa jantungan, panik sih..kaya waktu itu pernah keceplosan...”

R menjelaskan apa yang menyebabkan turbulansi bagi dirinya.

“Hahaha bukan yang gimana-gimana tapi lagi komentar tentang si Ari, yang bagus-bagus..biasanya udah tidur jam segitu tapi tiba-tiba dia RT gitu arbittt, kaget sih tapi yang paling kerasa malunya itu lho..”

Dalam usahanya untuk mencapai koordinasi batasan lagi maka R menyalahkan pasangannya dan keadaan.

“Tuh tuh Ari-nya, padahal Timeline dia sepi, udah jam tidur dia lagi. Huh!”

Informan R merasa koordinasi batasannya terganggu disaat pasangannya mengetahui pembukaan informasi privat dirinya. Untuk mengatasi turbulansi yang muncul maka R merasa malu dan menyalahkan pasangannya.

Bagi informan Y dirinya mengatasi turbulansi yang muncul adalah pertimbangan akan efek yang dapat ditimbulkan dari *tweet-tweetnya* tersebut.

“Hahahaha sorry, bimbang sih biasanya karena orang yang dituju, kan kita ga tau tu orang lagi kenapa, lagi terjadi apa didalam hidupnya, emang nya kita Ki Joko Bodo yang bisa baca orang hahaha coba orang lagi badmood trus baca tweet gue, behh tiba-tiba bisa meledak, kacau dah kalo udah begitu”

Informan Y mengatasi turbulansi yang dapat seketika muncul maka Y selalu berhati-hati dalam mengungkap informasi privat dalam *tweetnya*. Turbulansi yang muncul biasanya ditanggapi dengan rasa cemas dan tidak enakan terhadap orang yang menyebabkan turbulansi tersebut pada Y.

Bagi informan A dirinya mengatasi turbulansi yang muncul dengan cara memikirkan kembali apa yang perlu ditulis. Tetapi tetap informan A akan berusaha untuk mendekati bahasan dengan apa yang diinginkan oleh A.

“Yah yang bner-bner nyeleneh sih belum pernah yah, paling nyerempet-nyerempet dikit. Kalo ada keinginan buat tweet yang nyeleneh ya gue rem sendiri. Tapi ya kalo udah ga tahan buat komentar gue plesetin tapi ya tetep komentar yang nyinggung dikit”

Dan informan A memiliki pengalaman dengan salah satu *tweet-tweet @SoalCINTA*.

“Contohnya ada tweet @SoalCINTA, kalo ujan trus berduan sama pacar enak nya ngapain?”

A mencontohkan *tweet @SoalCINTA* yang pernah menyebabkan turbulansi batasan bagi dirinya.

“Gue pengen jawab ciuman yang hot, biar ga kedinginan tapi waktu itu karena ga enak kalo nulis gitu, belum ntar ada yang komentar aneh-aneh akhirnya gue nulis makan mie panas sambil suap-suapan.”

Informan A menjelaskan bentuk turbulansi yang biasa muncul dari *tweetnya* yang telah dia posting.

“Di twitter? Pernah sih, sering kali orang atau pacar gue bilang kalo gue terlalu frontal kalo komentar atau ngetweet tentang sesuatu. Tapi kalo menurut gue ga ada tweet gue yang seperti itu sih?”

A menjabarkan *tweet* seperti apa yang sering menjadi kontroversi

“Biasanya sih @SoalCINTA yang udah nyerempet, hahaha biasanya kalo udah ngomongin ke arah psychical relationship, macam holding hand, kiss. “

Bagi A itu semua sudah berusaha dihindari dirinya dengan memberikan *hashtag* yang mengkaburkan maksud dari *tweetnya*.

“Yah itu lagi sama aja, bisa aja disamarin..tinggal niatnya gimana.. misalnya ada tweet mengenai lagi punya pacar brp? Bisa aja di jawab 2 atau 3 trus belakangnya pake ketawa trus #eaa paling banter diketawain yang bner-bner tau.”

Informan A ingin melakukan pembukaan informasi privat dalam *tweetnya*, terkadang disertai munculnya dialetika manajemen. Dengan koordinasi yang dilakukan dirinya sendiri apakah itu pantas atau tidak maka A akan mengupdate *tweetnya* yang menurut dirinya pantas tapi masih menyuarakan pendapatnya. Dalam menghadapi turbulansi batasan yang muncul A biasanya melihat kembali ke hal yang dipermasalahkan dan biasanya menurut A itu bukan suatu masalah bagi dirinya. Ini menunjukkan bahwa batasan bagi diri A dalam mentorerir suatu informasi pribadi sangatlah tinggi.

- **Privacy**

Penjelasan pengertian *privacy* bagi informan R.

“Privacyyy... area atau ruang personal atau juga bisa informasi, yang tingkat ke-aku-an nya tinggi”

R mengatakan bahwa ada hal-hal *privacy* yang sering terungkap dalam *tweet*.

“Iya serius, diary kan isinya ungkapan ekspresi orang kan? Yang isinya hal-hal personal kan?”

Dalam *Timelinenya* R mempunyai teman yang menurut R sering kali menuangkan *privacynya* ke dalam bentuk *tweet*.

“Saya punya teman yang suka asal nulis aja, kaya kemaren ngomongin tentang hubungan fisik pasangan gitu.ihhh kan ga pantes aja ditulis di twitter”

Tanggapan yang diberikan R adalah tidak membacanya.

“Risih.Keganggu tau bacanya. Biasanya kalo gitu saya skip aja bacanya. Kaya saya pengen tau urusan orang aja. Males banget sama TDA”

Penjelasan R mengenai TDA.

“Twitter Display Affection, itu lho dulu kan PDA sekarang jamannya TDA”

Bagi R *privacy* diperlukan dalam membuat suatu *tweet*.

“Perlu lah bit, coba ga ada *privacy*? Semua aja ditaro di Timeline, masa orang ga malu sih? Eh tapi terkadang ada juga lho yang kaya gitu”

R mengatakan ukuran-ukuran *privacy* bagi dirinya.

“Kalo selama masih dalam norma-norma yang berlaku, bukan hal yang aneh, bikin malu, ga melanggar hukum saya rasa itu informasi yang bukan *privacy*”

Informan R memiliki definisi bahwa *privacy* adalah ruang personal dan semua informasi yang ada didalamnya. Menurut R sering kali dia melihat di *Timelinenya* beberapa temannya ada yang mengungkap hal yang bersifat *privacy* ke dalam *Twitter*. R berpendapat bahwa hal semacam itu sangatlah mengganggu dirinya. Bagi R hal yang termasuk *privacy* adalah hal-hal yang melanggar norma, aneh, bikin malu dan melanggar hukum.



Penjelasan Y mengenai pengertian *privacy*.

“Hmm bukannya sama ya kaya yang tadi? Privacy itu hal yang lo banget, masa lalu, keluarga, hal-hal yang sebaiknya ga diutak atik atau diketahui sembarang orang”

Y bercerita hal-hal *privacy* mengenai dirinya yang tidak akan dia ungkap ke dalam sebuah *tweet*.

“Kalo hal lain gue ga masalah bro, tapi kalo soal itu engga deh”

Dan lebih lanjutnya.

“Buat gue sih yaitu tadi bro, masa lalu, keluarga itu hal yang ga bisa di utak atik sembarangan, selain itu bebas-bebas aja. Orang mau tau apa tentang gue juga bakalan gue jawab”

Bagi Y *privacy* dan rahasia merupakan merupakan dua hal yang sangat berbeda.

“Rahasia ga ada bro, walaupun ada ya paling masalah keluarga tapi ga ada yang lo engga tau kok”

Dan lebih lanjutnya Y menjelaskan bahwa *privacy* itu berbeda-beda pada diri setiap individu.

“Tergantung orangnya sih, kan *privacy* buat orang beda-beda donk. Bisa aja hal *privacy* buat gue adalah hal biasa buat lo, atau sebaliknya. Jadi ya balik lagi gimana pribadi personal orangnya”

Informan Y mengkategorikan *privacy* adalah hal-hal dan informasi mengenai keluarga dan masa lalunya. Bagi Y pertanyaan atau *tweet* apapun pasti dijawab dirinya kecuali yang berhubungan dengan *privacy* Y tersebut. Bagi Y pengertian *privacy* di setiap orang berbeda maka dia tak segan untuk membuka informasi privat dalam *tweet*. Bagi Y *privacy* dibagi terhadap orang-orang tertentu saja.

Penjelasan pengertian *privacy* bagi A.

“Privacy itu adalah hal-hal yang terkait dengan pribadi gue, suatu ruang personal yang gue miliki dan ga boleh ada orang yang menginvasi *privacy* gue atau gua bisa marah besar”

Hal-hal yang menjadi *privacy* bagi A

“Hal yang berkaitan erat dengan personal gue, seperti keinginan gue, cara berfikir gue, impian gue. Itu *privacy* buat gue”

Pengertian rahasia bagi A

“Rahasia adalah hal yang lo ga pengen orang lain tau, karena entah itu bikin malu atau bukan hal pantas yang di ketahui orang banyak”

Informan A menganggap bahwa ruang personal seperti cara berfikir, impian dan keinginan dirinya sebagai *privacy* yang tidak boleh di ganggu gugat. Rahasia bagi A adalah sesuatu hal yang bersifat *privacy* yang tidak diketahui orang banyak.

- **Afeksi**

Bagi R ekspresi afeksi terhadap pasangan yang biasa di sampaikan melalui *ReTweet* dari *tweet-tweet @SoalCINTA* adalah hal yang penting.

“Ya kalo buat saya sih sayang ke pasangan, bete ke pasangan, bagus banget buat nyindir pasangan sama buat ngungkapin perasaan kesel ke mantan! Penting banget tuh yang terakhir”

Afeksi yang menurut R harus ditunjukkan terhadap pasangan.

“Sayanglah yang pasti, care, kangen sama support!”

Berbagai macam perasaan afeksi dapat diekspresikan melalui @SoalCINTA.

“Iya awalnya sih biasa aja, tapi kalo ada pertanyaan yang menyangkut mantan. Suka keinget sebelnya”

Informan R mengatakan @SoalCINTA juga membantu dirinya mengekspresikan titik ekstream lainnya dalam afeksi.

“Kadang-kadang ya dilampiaskan lewat tweet nya @SoalCINTA. Tapi sekali lagi harus ati-ati, liat dulu siapa yang online. Ga enak sama orang lah kalo ketauan orang. Jangan

sampe ada yang bilang saya masih kepikiran mantan, padahal bukannya kepikiran tapi lagi keinget aja”

Informan R merasa akun @SoalCINTA membantu dirinya dalam mengekspresikan perasaan afeksinya. Terutama terhadap pasangan yang sekarang atau masa lalunya. Titik ekstream terlihat dari tingkat kekhawatiran R dengan pendapat orang lain yang akan muncul menanggapi ekspresinya itu.

Seperti informan R, Informan Y pun mengatakan ekspresi afeksi yang biasa disampaikan di *Twitter* adalah perasaan terhadap pasangan.

“Sayang! Apalagi yang baru pacaran, lagi anget-angetnya kan tuh...nahh @SoalCINTA in ngebanntu banget.. ohh apalagi yang lagi pendekatan bro, bisa lah buat kasih kode ke gebetan yang dituju. Hahahaha”

Dan Y menjelaskan lebih lanjut.

“Kangen juga bisa bro”

Y juga memberikan penjelasan peran dari akun @SoalCINTA dalam membantu dirinya mengekspresikan perasaan afeksi terhadap pasangannya.

“Sama aja, kan itu supaya pacar gue ngerti tanpa harus gue bilang langsung sama dia. Jadi gue ungkap perasaan gue pake @SoalCINTA”

Dan Y menjelaskan lebih lanjut.

“Hmm @Soalcinta tuh guna banget bro buat ekspresiin perasaan gue, kaya ada sesuatu yang lama ketimibun trus ilang aja...lega kali ya..”

Informan Y menganggap bawah akun @SoalCINTA sangat membantu dirinya untuk mengekspresikan perasaan afeksinya terhadap pasangan. Walau tidak secara langsung menurut Y harusnya pasangannya tahu apa maksud Y ketika me*ReTweet* @SoalCINTA.

Seperti R dan Y, informan A menyetujui bahwa ekspresi afeksi yang biasa di sampaikan melalui *tweet-tweet* akun @SoalCINTA adalah perasaan terhadap pasangan.

“Sayang, kangen, pengen manja-manja”

Ekspresi dalam bentuk *tweet* pada akun A identik dengan spontanitas yang muncul dari dalam diri A.

“Fine kok, karena ketika gue baca tweetnya misalnya trus gue kepikiran sesuatu, ya biasanya gue tulis sih, kalo nanti-nanti keburu lupa”

Ada usaha lebih lanjut jika afeksi yang ingin ditunjukkan sekiranya dapat menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan terutama bagi diri A.

“Ya itu tadi gue berusaha “menyamarkan” apa maksud dari tweet gue sebenarnya tapi tetep kok gue bakal tweet isi pikiran gue”

A juga menjelaskan faktor-faktor dan proses yang terjadi selama dirinya mempertimbangkan akan ekspresi afeksinya melalui @SoalCINTA.

“Hmm kalo gitu sih mungkin liat dari tweetnya mengenai apa, apa kepentingan gue, dan siapa orangnya. Kalo buat diri gue semuanya masih dalam toleransi pasti gue tweet”

Dan lebih lanjutnya.

“Maksud gue ketika tiga faktor tersebut berbenturan, kan pasti ada tarik-menarik kepentingan antara tiga hal tadi nahh..kalo buat diri gue lebih besar keuntungan buat diri gue dan buat otak gue kompromi ya gapapa lah gue ungkapkan”

Informan A berusaha mengekspresikan perasaan afeksinya terhadap pasangan melalui *tweet-tweet* @SoalCINTA. Disetiap dirasa ada keinginan dan desakan dalam diri pasti diusahakan A untuk menunjukkan ekspresi afeksinya. Dalam menunjukkan afeksinya A berusaha mengkompromikan nilai-nilai yang dia pegang.

- **Peer Pressure**

Informan Y dan A mengungkapkan bahwa salah satu faktor pendorong yang mempengaruhi mereka untuk mengupdate *tweet* ekspresi afeksi dalam *Twitter* adalah akun-akun *peer group* mereka sendiri yang sering kali berekspresi duluan. Ini membuat mereka cenderung terpikir untuk melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan teman-temannya. Hanya dibutuhkan sedikit usaha dari akun-akun yang dipercaya oleh diri informan, setelah itu Y dan A akan melakukan hal yang serupa.

Awalnya Y mengetahui akun @Soalcinta adalah saat salah satu teman *peer group*nya meReTweet @SoalCINTA, dari keterbukaan dalam ruang publik yang dilakukan teman *peer group*nya Y juga mengadopsi hal tersebut.

“Suka kok, lumayan sering, bahkan awalnya gue tau @SoalCINTA dari si roy, dia kan sering tuh RT gituan, gue perhatiin seru juga nih akun, trus gw follow deh. Trus sampe sekarang deh suka RT buat ceng-cengan sama si anak-anak”

Yang memberikan pengaruh besar terhadap diri Y adalah teman *peer group* Y yang sudah kenal dan berjuang bersama-sama selama bertahun-tahun.

“Roy itu salah satu temen baik gue dijakarta, kita sama-sama anak perantau bro, jadi kita tuh ngerti keadaan masing-masing, makanya gue betah satu kostan sampe 5 tahun kan bro”

Informan Y merasa pembukaan yang dilakukan temannya dengan *tweet-tweet* ekspresi afeksi dalam *Twitter* membuat dirinya menganggap bahwa melakukan hal serupa juga merupakan hal yang wajar adanya.

Bagi A melihat bahwa rata-rata akun *Twitter* teman terutama *peer group* A melakukan pembukaan informasi privat dalam *Timelinenya* pun memicu dirinya untuk melakukan hal yang sama dalam *Twitter*.

“Kalo temen sih jarang, apalagi yang pada tua, sadar diri kali yee..hahahapaling tapi kalo *peer group* gw sih emang begitu, rata-rata temen deket gue ya kaya gue yang ekspresif ini”

Faktor kedekatan dan pengalaman bersama dengan teman-teman *peer group*nya membuat A nyaman untuk menuangkan segala ekspresinya.

“Ya awalnya engga juga tapi setelah cukup lama kenal, jatuh bangun selama kuliah di bandar (lampung) ya udah kenal karakter masing-masing ya mulai terbuka lah tentang apa aja dan pada dasarnya kami itu orang-orang yang sangat ekspresif”

Informan A keterbukaannya teman-temanya dalam *Twitter* membuat dirinya melakukan hal yang serupa. Kedekatan A dan teman dalam *peer group*nya membuat dirinya merasa nyaman melakukan juga apa yang mereka lakukan.

## BAB 6

### DISKUSI

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para informan diketahui bahwa ada kecenderungan pada remaja saat ini untuk mengeluarkan informasi *privacy* mereka dalam bentuk ekspresi afeksi dalam *Twitter*. Tingginya frekuensi pemakaian *gadget Blackberry* di kalangan remaja merubah pola komunikasi konvensional. Hal ini senada dengan hasil penelitian Walter (1996) yang menjelaskan berkomunikasi melalui dunia maya dapat menimbulkan komunikasi hiperpersonal, yaitu keadaan di mana komputer secara sosial lebih menarik daripada komunikasi langsung.

*Twitter* didukung dengan jaringan internet yang menghubungkan seluruh dunia, menjadi wadah informasi dalam dunia maya yang sangat amat besar. Pernyataan itu didukung dengan pengakuan informan R, Y dan A yang sepakat menggunakan *Twitter* sebagai media utama dalam mencari informasi dalam kegiatan sehari-harinya. Seperti yang dijelaskan oleh Postman (1993) teknologi baru tidak menambah atau mengurangi, tetapi mengubah semuanya, kemudahan berbagi informasi apapun antar akun *Twitter* dengan sistem *ReTweet (RT)* membuat revolusi dalam penyebaran informasi dalam sejarah manusia. Maka dari itu *Twitter* menjelma menjadi sebuah gaya hidup tersendiri dalam kehidupan remaja.

Gaya hidup remaja dan *Twitter*nya dengan cepat meresap menjadi sebuah *mainstream* dalam kota besar seperti Jakarta. Kini berjejaring adalah salah satu tuntutan dalam pergaulan remaja. Seperti yang diungkapkan informan A bagaimana dirinya dari tidak mau tahu

sampai sekarang akhirnya justru semua kegiatan A di tunjang oleh informasi yang diperoleh dari *Twitter*. Tingginya tingkat pertukaran informasi antar remaja dalam *Timeline* memunculkan polemik tersendiri. Tantangan terpenting dalam dunia yang kini kebanyakan menggunakan sebuah medium tertentu untuk menyampaikan pesan atau informasi adalah untuk menopang keterpaduan identitas personal. (Wood & Smith,2005).

Remaja sendiri mengacu kepada definisi Hall, adalah masa remaja yang penuh dengan masatopan-badai (*strum and drang*), Hall menggambarannya sebagai individu yang penuh gejolak akibat pertentangan nilai-nilai. Melalui laman *Twitter*nya remaja tanpa sadar sudah membentuk sebuah perwakilan personalitasnya sendiri. Ini dapat terlihat secara tersirat dari isi *Timeline* yang bersangkutan dan akun-akun yang dipilih untuk *follow*.

Seperti yang dikatakan oleh informan R bahwa pertimbangan bagi dirinya dalam *follow* suatu akun adalah kesamaan pendapat dan pemikiran. Ini menunjukkan bahwa selain akun teman yang dikenal personal, akun yang dipilih untuk *follow* adalah prefensi topik atau nilai-nilai dari remaja yang bersangkutan. Ditambahkan oleh informan Y dan A, beberapa akun tersebut *follow* karena *tweet*nya dapat membantu mereka mengekspresikan perasaan mereka. Dan ketiganya sepakat bahwa akun @SoalCINTA lah yang paling pas bagi mereka untuk mengekspresikan perasaan afeksi mereka.

Sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi perkembangan kepribadian individu, terutama di masa remaja. Sebagai individu yang sedang bergejolak terkadang remaja terlalu berani



menerobos batasan-batasannya sendiri. Seperti yang diungkap oleh informan R, terkadang ada *tweet* yang menurut dirinya mengandung informasi privat didalamnya. Hal serupa di akui oleh informan Y bahwa dalam *tweetnya* sendiri terkadang dirinya memasukan informasi privat didalamnya, tetapi dirinya memiliki batasan apa yang perlu diungkap

Merujuk kepada Petronio, Giles, Gallois & Ellemers (1998) yang mengatakan bahwa dalam diri individu terdapat dua sisi, pada satu, individu menyimpan informasi privat untuk diri mereka sendiri; dan pada sisi lain, individu membuka beberapa informasi dengan batasan di sekelilingnya. Dilihat dari Informan R, Y dan A bahwa masing-masing dari mereka memiliki pengertian akan batasan dalam melepas informasi privat ke ruang publik. Tetapi dapat ditarik satu garis lurus yaitu dalam proses pengungkapan ekspresi afeksi, terutama yang mengandung informasi privat didalamnya, biasanya dikoordinasikan terhadap nilai-nilai relasional yang di pegang teguh oleh individu.

Dalam ber*Twitter* informan R dan Y menggunakan fitur yang disediakan dalam *Twitter* untuk mem*protect Timeline* mereka agar tidak bisa diakses semua orang dengan mudah. R dan Y beralasan bahwa mereka tidak mau sembarang orang dapat mengakses *Timeline* mereka, karena akses ke *Timeline* mereka merupakan akses ke informasi privat dan diri mereka secara tidak langsung. Ini terkait dengan karakter pribadi mereka yang memang sedikit tertutup.

Sedangkan bagi A yang berkarakter *extrovert*, dirinya menerima siapa pun yang ingin berteman dalam *Twitter* tetapi dia tetap memperhitungkan *privacy* untuk dirinya dengan membatasi akses siapa saja dapat melihat *Timelinenya* dengan fitur *Block* dan *Mute*. Ini sesuai seperti dijelaskan Petronio (2002) sebagai pemilik informasi privat

individu percaya bahwa mereka harus ada dalam posisi untuk mengontrol siapa saja yang boleh mendapat akses ke informasi privat mereka.

Dalam mengekspresikan afeksi melalui *tweet-tweet* dari akun @SoalCINTA informan R, Y dan A, sebagaimana remaja pada umumnya, mengakui bahwa kehadiran *mood* adalah faktor utama yang mendorong mereka untuk melakukan ekspresi afeksi terhadap pasangan mereka masing-masing. Kesamaan keadaan atau perasaan yang dialami informan dengan *tweet* @SoalCINTA yang ada biasanya memicu munculnya *mood* mereka. Setelah itu setiap informan mempunyai cara masing-masing untuk mengatur pengungkapan informasi privat dalam bentuk ekspresi afeksi terhadap pasangan.

Sebagai kalkulus mental informan R, Y dan A mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam melepas informasi privat mereka ke dalam *Timeline*. Informan R misalnya mempunyai pertimbangan melihat siapa saja yang sedang *online* pada saat itu dan bagaimana kira-kira makna *tweet* tersebut akan ditanggapi oleh orang lain. Seperti yang diungkapkan R bahwa dirinya, pada dasarnya, tidak mau melukai siapa-siapa. Maka dari itu sesuai naluri R mempunyai proses pengeluaran informasi privat yang cukup panjang alurnya.

Pengungkapan informasi privat R tersebut adalah merupakan bentuk ungkapan perasaan afeksi dari dalam diri R terhadap pasangan. Sebagai remaja R memiliki gejolak tersendiri untuk mengungkapkan apa yang dirasanya, tetapi R memilih untuk menekan dialetika manajemen yang timbul. Dibalik itu semua R sebenarnya merasa lebih nyaman bila *tweet* dengan informasi privat tersebut tidak ditanggapi oleh siapapun. R

merasa kurang nyaman dengan interaksi dua arah apabila menyangkut dengan informasi privatnya.

Sedangkan pada informan Y pertimbangan utama dalam *ngetweet* adalah isi dari *tweet* tersebut bersangkutan dengan teman-temannya atau tidak. Bagi Y kondisi individu yang dituju ada perhatian utama, pilihan untuk menunda selalu ada tetapi menunda tidak berarti membatalkan pengungkapan informasi privat Y dalam *Twitter*. Perasaan untuk diakui dan disayangi balik oleh pasangan memotivasi Y untuk melakukan pengungkapan informasi privatnya. *Feedback* yang diharapkan oleh Y adalah respon komunikasi dari pasangan Y dalam bentuk apapun.

Di *Twitter* informan A mengatakan bahwa ungkapan afeksi melalui @SoalCINTA bagi dirinya adalah sesuatu yang muncul secara spontan. Ini sesuai dengan karakter A yang memiliki tingkat spontanitas tinggi dan terkesan “meledak-ledak”. Meskipun dalam diri A selalu ramai dengan desakan untuk mengungkapkan apapun yang terlintas dalam benaknya secara apa adanya tetapi sejauh ini A selalu berhasil mengatur bagaimana dia mengeluarkan informasi privat tersebut. Bagi A informasi privat seperti apapun dapat dikeluarkan dengan catatan bahwa bentuk *tweet* perlu di “poles” sedikit, atau mungkin juga *diplesetkan* dengan berbagai macam *hashtag* yang mengurangi tingkat keseriusan dari *tweet* tersebut. Ekspresi afeksi dengan @SoalCINTA bagi A adalah kebutuhan yang tidak dapat ditawar lagi.

Ini menunjukkan bahwa Y dan A merupakan remaja yang dinamis dan mengharapkan tingkat interaksi yang tinggi dalam ber*Twitter*. Terkait erat dengan dengan keadaan hiperpersonal, Y dan A melihat bahwa interaksi dalam *Twitter* jauh lebih menarik, sehingga

mereka melonggarkan nilai personal mereka yang berkaitan dengan *privacy* setiap kali mereka akan melakukan ekspresi afeksi melalui @SoalCINTA.

Perbedaan ekspektasi tingkat interaksi R dengan yang lainnya tidak terlalu berpengaruh dengan pembukaan informasi privat. Sebagai remaja R tetap saja akan melakukan pembukaan dan melonggarkan batasan privatnya bila menyangkut ekspresi afeksinya. Secara sekilas terlihat bahwa dalam pribadi yang berbeda sama-sama terjadi pembukaan informasi privat dan melonggarkan batasan agar dapat ikut serta berekspresi dalam *Twitter*.

Informan R dan Y sempat merasakan dialetika manajemen dalam ber*Twitter*. Informan R selalu merasakan pertentangan antara mengekspresikan perasaannya melalui @SoalCINTA atau menutupinya. Berbagai faktor berperan dalam diri R jika memasuki fase ini, komunikasi intrapersonal yang terjadi dalam diri R sangat kuat karena R berusaha dengan sangat agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Dalam suatu kesempatan ketika *tweet*nya ditanggapi pasangannya. R merasakan konflik akan batasan dalam dirinya, turbulensi batasan ini muncul karena R merasa salah sudah melonggarkan batasan akan *tweet* yang berisi informasi privat. Dalam menggapai kembali *Koordinasi Batasannya* R lebih memilih untuk menyalahkan pasangannya dan keadaan.

Informan Y mengatakan dalam mengekspresikan perasaan afeksinya selalu ada resiko untuk tidak di tanggap. Ada kalanya tanggapan yang muncul sesuatu yang tidak diharapkan, bagi Y itu adalah waktu yang tepat untuk menghentikan dirinya sendiri. Munculnya turbulensi batasan dalam diri Y selalu ditanggapi Y dengan menyalahkan

diri sendiri dan timbulnya perasaan segan untuk sementara waktu. Proses menyalahkan diri sendiri berlangsung seketika tetapi tidak membutuhkan waktu lama bagi Y agar dapat mencapai koordinasi batasan seperti semula lagi.

turbulensi batasan adalah masalah yang sering muncul bagi informan A. Dalam setiap *tweet*nya informan A mengakui selalu melalui tahapan berfikir yang singkat, karena bagi A yang terpenting adalah ekspresi dirinya. turbulensi batasan yang muncul dalam diri A selalu ditanggapi dengan intropeksi diri dan berakhir begitu saja.

Pertalian Batasan yang muncul dalam *tweet* pada informan R, Y dan A terlihat secara tersirat kepada pasangan mereka masing-masing. Seperti R katakan dalam mengelola informasi privat bersama pasangan R menggunakan fasilitas DM, ini digunakan bila menurut R informasi yang di bagi sudah melewati batasan dirinya. Sedangkan Y dan A sama-sama lebih memilih untuk menggunakan *hashtag* dan tidak menyebutkan akun yang dituju, membuat informasi yang dibagi menjadi ambigu dan tidak merujuk ke satu individu tetapi dibalik itu mereka berharap bahwa orang yang dimaksud mengerti maksud mereka.

*Privacy* menurut Altman (1975) adalah proses pengontrolan yang selektif terhadap akses diri sendiri dan akses orang lain. Ini terlihat jelas pada hasil wawancara dengan informan R, Y dan A. Setiap informan mempunyai pengertian akan *privacy* yang berbeda tetapi mereka memperlakukan hal tersebut dengan cara yang kurang lebih sama. Setiap informan masih memiliki nilai personal mengenai makna *privacy* yang masih berusaha mereka pegang secara teguh.

Keadaan hiperpersonal mendorong jauh makna *privacy* dalam diri remaja sehingga terkadang dengan alasan kebutuhan untuk

berekspresi, maka ekspresi afeksi selalu didahulukan. Informan R sangat menyadari dalam *Twitter* banyak *privacy* orang yang terpampang secara jelas, dan kehadiran *privacy* orang lain ini sering kali membuat R merasa risih. Hal seperti ini yang membuat R untuk selalu melakukan *recheck* disaat dirinya akan memposting suatu *tweet*.

Penyortiran seperti ini tidak selalu berhasil, ada saat dimana R mengungkap informasi privat mengenai pasangannya dan baru disadari setelah ditanggapi pasangannya. Sebagai individu yang cinta damai R selalu berusaha untuk tidak menyakiti siapa-siapa dalam setiap *tweet*nya. Maka dari itu R memiliki prefensi untuk tidak dikomentari atau ditanggapi oleh siapa pun disaat R sedang melakukan pembukaan informasi privatnya.

Informan Y dan A mengatakan untuk urusan *privacy* adalah sesuatu yang tidak dapat diganggu gugat dan mereka hanya memberikan akses ke *privacy* mereka terhadap beberapa orang yang mereka pilih. Orang yang mereka percayai seluruhnya biasanya berbentuk sahabat sehari-hari. Ini sesuai dengan definisi Rapoport (dalam Soesilo, 1988) *privacy* adalah suatu kemampuan untuk mengontrol interaksi, kemampuan untuk memperoleh pilihan-pilihan dan kemampuan untuk mencapai interaksi yang diinginkan.

Maka dari itu informan A memilih membagi informasi *privacy* kepada *peer group*nya semasa SMA. Kedekatan hubungan yang terjalin membuat A merasa percaya dan nyaman memberikan akses *privacynya*. Meskipun A merupakan individu yang terus terang dan apa adanya tetapi A tetap memiliki beberapa hal yang hanya diketahui oleh anggota *peer group*nya.

Begitu pula yang terjadi dengan informan Y. Dirinya mengaku bahwa membagi informasi *privacy*, seperti informasi mengenai keluarga dan masa lalunya, hanya terhadap beberapa orang sahabat yang dipercaya oleh Y. Meskipun Y adalah individu yang berkarakter luwes dan dapat berteman dengan siapa saja tetapi selama tinggal di Jakarta hanya sedikit individu yang dikategorikan sahabat oleh Y.

Menurut informan R, Y dan A berbagai macam perasaan afeksi dapat diekspresikan melalui @SoalCINTA. Afeksi yang dimaksud bisa berarti cinta atau benci. Seperti pada informan R yang mengatakan bahwa dirinya sebetulnya selalu ingin mengekspresikan ketidak-sukaannya terhadap beberapa hal dimasa lalu tetapi selalu ditahan mengingat pasangannya yang sekarang.

R juga mengakui bahwa kontrol ini tidak selalu berjalan efektif terkadang dirinya mengungkapkan ketidak-sukaannya melalui @SoalCINTA. Bagi Y dan A meyakini bahwa dalam mengekspresikan afeksinya mereka sangat terbantu dengan akun @SoalCINTA dalam *Twitter*, perasaan ini di jelaskan dalam hasil penelitian Kraut (1998) yang mengatakan bahwa kontak sosial manusia secara konvensional pada akhirnya akan disingkirkan oleh komputer dan internet.

Salah ciri usia remaja adalah perilaku sosialnya yang akan mendorong para remaja untuk berkelompok dan dalam interaksinya akan saling mempengaruhi perilaku serta nilai-nilai yang semula dipegang teguh dari lingkungan rumah (Riyanti, 1996). Ini juga terbukti berlaku dalam *new media*, hal ini dapat kita lihat dari data yang didapat pada penelitian ini. Ketika anggota-anggota dalam suatu *peer group* melakukan interaksi dalam media *Twitter* mereka secara tidak langsung ikut membangun suatu *peer pressure*.

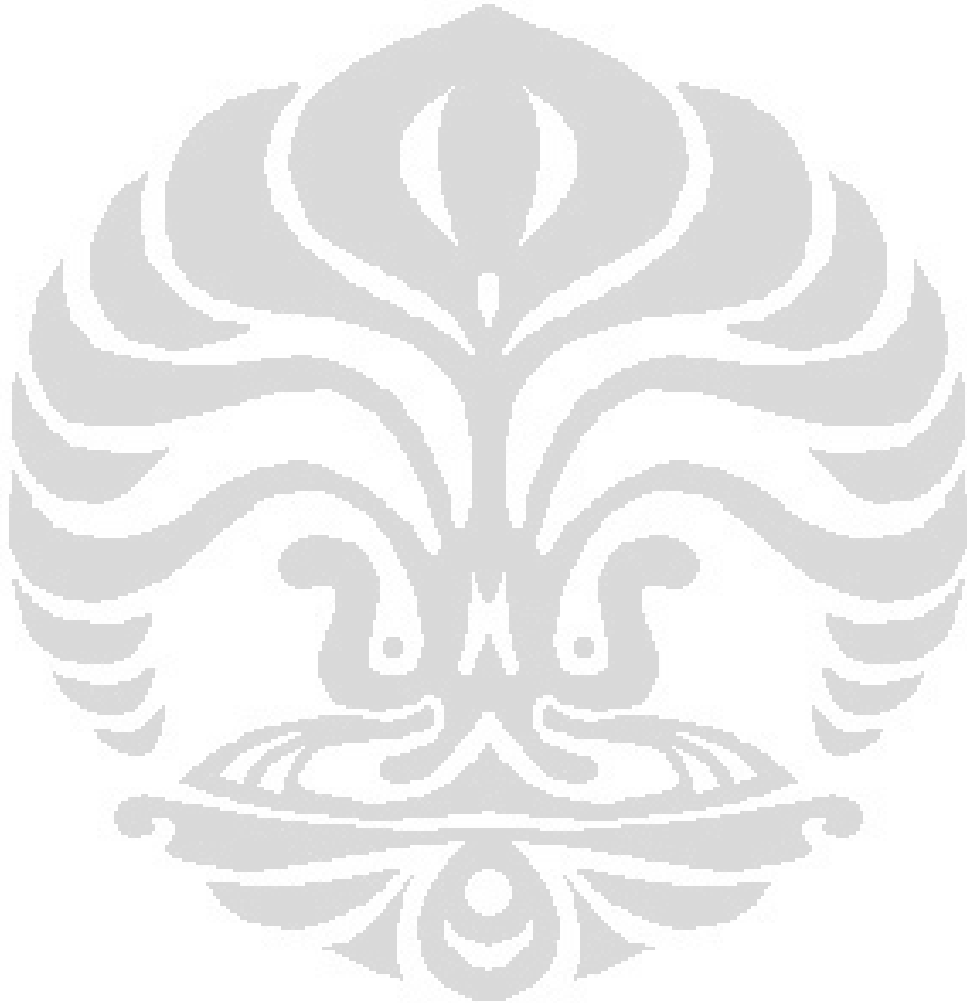
Ketika *peer pressure* mulai muncul maka anggota-anggota sebuah *peer group* akan digiring menuju arah konformitas, bila dilihat dalam penelitian ini bisa terlihat kaitannya dalam informan Y dan A, sebagai remaja yang memiliki *peer group* yang membuka informasi pribadinya dalam *tweetnya* maka diri mereka tanpa disadari juga melakukan hal yang sama. Ini juga didukung oleh penelitian sonia livingstone (2008) dimana ditemukan bahwa pada usia remaja, individu sangat membedakan mana yang penting sekarang (*Image*, Humor, Teman) dan apa yang penting dimasa depan (keluarga, pendidikan dan pekerjaan).

Melalui penelitian ini ditemukan bahwa kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi memotori individu dalam hal ini remaja untuk melonggarkan batasan akan *privacynya*. *Peer group* dengan *tweet-tweet* ekspresinya dapat menciptakan suatu *peer pressure* tersendiri, bahkan ketika mereka secara langsung tidak menekan remaja lain. Tapi keterbukaan teman dalam sebuah *peer group* mempunyai peran yang signifikan bagi remaja tertentu untuk mulai mempertimbangkan nilai personal dirinya sendiri, mencoba melonggarkan aturan *privacy* dan mengadopsi ekspresi afeksi sebagai sebuah kebutuhan dalam keadaan hiperpersonal seperti sekarang ini.

*Peer group pressure* yang terpampang dalam *Timeline* sehari-hari memegang peranan sendiri bagi diri remaja dalam melonggarkan nilai-nilai individu dan relasional yang ada demi mencapai konformitas. Remaja tanpa disadari menggeser batasan *privacynya* karena garis antara ruang personal dan ruang publik dalam *new media*, khususnya *Twitter* semakin kabur. *Privacy* yang tertuang dalam ruang publik bukan



tidak mungkin akan mendatangkan kerugian seperti rasa malu, segan dan bersalah ketika diungkit teman atau pasangan atau anggota keluarga suatu saat nanti. Tetapi saat ini remaja dengan *Twittermya* merupakan dua hal yang tidak terpisahkan.



## BAB 7

### PENUTUP

#### 7.1 Kesimpulan

Dari studi ini didapatkan beberapa kesimpulan berupa :

1. Pertanyaan penelitian yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana remaja pengguna situs jejaring sosial *Twitter* mengekspresikan perasaan afeksinya melalui *tweet* dari akun @SoalCINTA? Setelah dilakukan penelitian didapatkan bahwa *Twitter* yang sudah menjadi sebuah patokan gaya hidup bagi remaja mendorong remaja untuk melakukan pembukaan dalam ruang publik. Remaja jadi tidak malu-malu dalam mengekspresikan perasaan afeksinya terhadap pasangan di dalam *Twitter*, meskipun dalam ekspresi afeksi tersebut tidak jarang terdapat informasi privat yang bersifat *privacy*. Meskipun setiap informan mempunyai definisi akan *privacy* yang berbeda-beda tetapi ada kalanya mereka mengeluarkan informasi tersebut ke dalam bentuk *tweet*. Faktor pendorong dan pendukung pembukaan informasi privat ini sangat beragam didalam diri informan tetapi satu hal yang pasti adalah para informan remaja dalam studi ini akan selalu berusaha mengekspresikan perasaan afeksi mereka dalam bentuk *tweet*.
2. Bagi informan remaja dalam studi ini perasaan afeksi terhadap pasangannya merupakan hal yang harus di ekspresikan. Ekspresi yang tertuang dalam bentuk *tweet* jawaban cinta dari akun @SoalCINTA tidak harus *dimention* kepada akun *Twitter* pasangan, karena yang diharapkan dari pembukaan informasi

privat melalui @SoalCINTA ini adalah membangun kesadaran dari pasangan mereka masing-masing.

3. Interaksi dengan teman *peer group* dalam *Twitter* bagi informan remaja dalam studi ini dapat memberikan dorongan dan pengaruh tersendiri bagi diri mereka dalam pembukaan hal-hal yang bersifat *privacy*. *Peer pressure* yang hadir dalam bentuk *tweet-tweet* ekspresi banyak mengisi *Timeline* remaja secara tidak sengaja memotivasi remaja untuk bertindak serupa sehingga mengesankan seperti berlomba-lomba melakukan pembukaan diri dalam ruang publik seperti *Twitter*.
4. Kota metropolitan seperti Jakarta membuat remaja mulai mengkaburkan batasan-batasan yang didasari nilai-nilai individual dan relasional yang diajarkan oleh kultur asalnya. Dan *new media* seperti *Twitter* membuat remaja membentuk batasan-batasan baru yang diterapkan remaja dalam dunia maya.

## 7.2 Implikasi

### 7.2.1 Implikasi Akademis

Penelitian ini menggunakan teori *Communication Privacy Management*, *privacy*, afeksi dan remaja dalam menggali data bagaimana remaja, *Twitter* dan akun @SoalCINTA. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana remaja mengelola informasi yang bersifat *privacy* dalam situs jejaring sosial *Twitter*. Hasil temuan penelitian merupakan sebuah kajian yang dapat memperkaya penelitian dalam bidang komunikasi.

## 7.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini dapat menggambarkan bagaimana remaja mengekspresikan perasaan afeksi mereka dalam *Twitter* dengan akun @SoalCINTA, temuan dalam penelitian ini dapat menjadi acuan bagi remaja bagaimana mereka harus bersikap dalam situs jejaring sosial, terutama *Twitter*.

## 7.3 Rekomendasi

### 7.3.1 Rekomendasi Akademis

Penelitian mengenai *privacy* dengan menggunakan CPM dalam situs jejaring sosial lain dapat dilakukan dalam *Facebook*, *Foursquare* dan *Tumblr*. Hal ini akan memberi perspektif yang berbeda mengenai bagaimana pengelolaan *privacy* yang dilakukan oleh remaja.

Penelitian mengenai *privacy* dalam *Twitter* ini bila menggunakan metode *virtual ethnography* mungkin dapat menggali data yang lebih dalam dan beragam.

### 7.3.2 Rekomendasi Sosial

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam mengekspresikan afeksinya melalui @SoalCINTA remaja tidak segan-segan untuk mengungkapkan informasi privat dirinya diruang publik.

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengeluarkan informasi privat bagi remaja disaat mempergunakan situs jejaring sosial seperti *Twitter* sebagai sarana interaksi sosial.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Abrar, Nadhya Ana. 2005. *Terampil Menulis Proposal Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ahmadi, H. Abu. 1999. *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bell, David. 2001. *An introduction to cybercultures*. London: Routledge.
- Bendelow, Gililian. Simon, J.W. 1997. *Emotions in Social Life Critical Themes and Contemporary issues*. London: Routledge.
- Berscheid, Ellen. Regan, Pamela. 2005. *The Psychology of Interpersonal Relationships*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Creswell, J. W. 1998. *Qualitatif Inquiry and Research Design*. California: Sage Publications Inc.
- Filipe, Joaquim. Cordeiro, Jose. 2007. *Webinformation Systems and Technologies*. Spain: WEBIST.
- Flew, Terry. 2008. *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.

Heider, F. 1958. *The psychology of interpersonal relations*. New York: John Wiley & Sons.

Lindlof, Thomas R., & Taylor, Bryan C. 2002. *Qualitative Communication Research Methods second edition*. California: Sage Publications, Inc.

Livingstone, Sonia. 2008. *New Media and Society*. London: Sage Publications.

Lull, James. 2001. *Culture in The Communication age*. London: Routledge,

McQuail, Denis., & Windahl, Sven. 1993. *Communication Models : For the Study of Mass Communication*. London: Longman Publishing Group.

Miller, Katherine. 2001. *Communication Theories, Perspectives, Processes and Context*. Texas: McGraw Hill.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Patton, Michael Quinn. 2009. *Metode Evaluasi Kualitatif*, cetakan kedua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Petronio, S. 2002. *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. New York: SUNY Press.

Rakhmat, Djalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

**Universitas Indonesia**

Rogers, Everett M. 1994. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: Free Press.

Rothwell, J. Dan. 2004. *In The Company of Others : An Introduction to Communication*. New York: McGraw-Hill.

Sarwono, Sarlito Wirawan. 2004. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.

Stevenson, Nick. 1999. *The Transformation of The Media: Globalisation, morality and ethics*. London: Longman.

Stewart, John., Logan, Carole. 1993. *Together Communicating Interpersonally fourth edition*. New York: McGraw Hill.

Tubbs, Stewart. 2010. *Human Communication: Principles and Contexts*. New York: McGraw-Hill.

West, Richard. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi. Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

## Jurnal

Adams, Bert N. 1967. *Theory and The Social Network*.  
<http://www.jstor.org/stable/2786439>

Chapman, C.B., J, Del Hoyo. 1977. *Progressive Basic Decision CPM*.  
<http://www.jstor.org/stable/3007889> .

Cowen, Tyler. 2009. *Three Tweets for the Web*.  
<http://www.jstor.org/stable/20700628>

Culnan, Mary J. 2000. *Privacy Online: is Self-Regulation Working?*.  
<http://www.jstor.org/stable/30000484>

Culnan, Mary.J., Armstrong, Pamela K. 1999. *Information Privacy Concerns, Procedural Fairness, and Impersonal Trust: An Empirical Investigation.*

<http://www.jstor.org/stable/2640390>

Julien, Danielle., Chartrand, Elise., Begin, Jean. 1999. *Social Networks, Structural Interdependence, and Conjugal Adjustment in heterosexual, Gay, and Lesbian Couples.,*

<http://www.jstor.org/stable/353766>

Kasper, Debbie V.S. 2005. *The Evolution (or Devolution) of Privacy.*

<http://www.jstor.org/stable/4540882>

Livingstone, Sonia.,& Bovill, Moira. 1999. Young people, new media: report of the research project Children Young People and the Changing Media Environment.

[http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young\\_people\\_new\\_media\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young_people_new_media_(LSERO).pdf)

Nawawi, Muhammad Ridwan., Sahnur, Muhammad Irfani., Dwiyaksa, Dino. 2008. *Analisis dan Perancangan Aplikasi Jejaring Sosial Penjualan Berbasis Web.*

Zirkel, Perry A. 2009. *All a Twitter About Sexting.*

<http://www.jstor.org/stable/40344907>

## Internet

Kompas. 2009, Desember. Penetrasi Internet di Indonesia Naik Dua Kali Lipat. Retrieved September 14, 2011 from <http://tekno.kompas.com/read/2009/12/08/13553071/pengguna.internet.melonjak.17.persen>

Salingsilang. 2011, July. Menjaring percakapan Indonesia: Indonesia Social Media Landscape, a snapshot of Indonesian user behavior. Retrieved September 10 2011 from [salingsilang.com: .http://www.slideshare.net/salingsilang/indonesia-social-media-landscape-h1-2011-3rd-salingsilangcom-report](http://www.slideshare.net/salingsilang/indonesia-social-media-landscape-h1-2011-3rd-salingsilangcom-report)

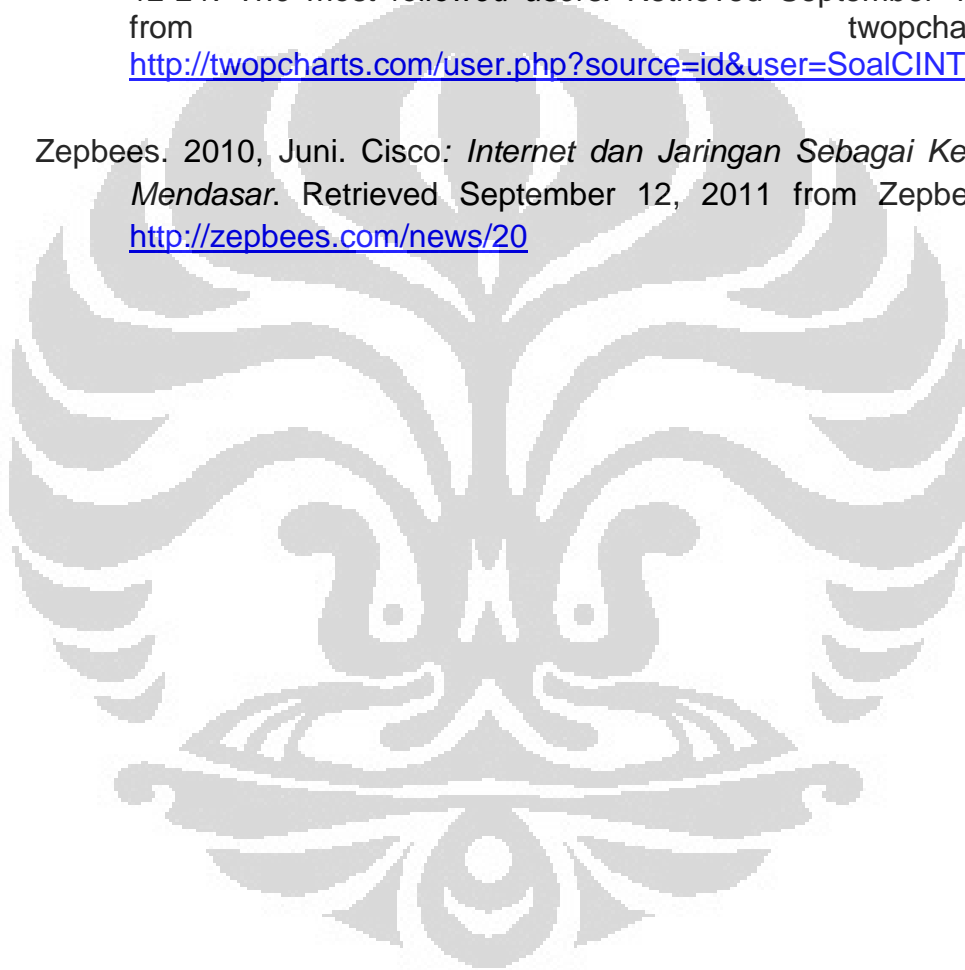
## Universitas Indonesia



Sysomos. 2009, June. *An In-depth Look inside the Twitter World*. Retrieved September 10, 2011 from sysomos.com: <http://www.sysomos.com/insidetwitter/>

Twopcharts. 2011, Desember. *Twopchart Indonesian, last updated: 2011-12-21. The most followed users*. Retrieved September 10, 2011 from twopcharts.com: <http://twopcharts.com/user.php?source=id&user=SoalCINTA>

Zepbees. 2010, Juni. Cisco: *Internet dan Jaringan Sebagai Kebutuhan Mendasar*. Retrieved September 12, 2011 from Zepbees.com: <http://zepbees.com/news/20>



## Pedoman Wawancara

Pertanyaan	Ekspetasi jawaban
<p><b>Media Habit</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana anda mencari informasi?</li> <li>2. Media apa yang paling sering anda gunakan dalam mencari informasi?</li> <li>3. Bagaimana penggunaan internet harian?               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengakses apa?</li> <li>- Situs jejaring yg sering digunakan?</li> <li>- Gadget untuk online?</li> </ul> </li> <li>4. Biasanya online twitter untuk apa?</li> <li>5. Bagaimana bila anda tidak bisa online twitter dalam sehari?</li> <li>6. Akun apa saja yang anda follow?</li> <li>7. Kenapa anda memfollow akun-akun tersebut?</li> <li>8. Seberapa sering anda menjawab / meretweet tweet dari @SoalCINTA?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beberapa media.</li> <li>2. 1 Media pilihan utama</li> <li>3. Frekuensi online               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jenis jenis pilihan web</li> <li>- Jenis jenis situs jejaring online</li> <li>- Gadget pilihan untuk online</li> </ul> </li> <li>4. Penjelasan alasan online twitter</li> <li>5. Penjelasan alasan perasaan bila tidak bisa twitter-an dalam sehari</li> <li>6. Jenis jenis akun yang difollow</li> <li>7. Alasan memfollow akun</li> <li>8. Frekuensi menjawab @SoalCINTA</li> </ol>
<p><b>Informasi privat</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut anda informasi pribadi itu apa?               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contoh tweet anda?</li> <li>- Contoh dengan @SoalCINTA?</li> <li>- Dalam menjawab @SoalCINTA hal apa saja yang jadi pertimbangan anda?</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uraian informan mengenai pengertian informasi pribadi.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contoh tweet</li> <li>- Contoh tweet @SoalCINTA</li> <li>- Pertimbangan informan.</li> </ul> </li> </ol>

### **Batasan privat**

2. Apa yang menjadi batasan anda dalam memposting sebuah tweet?
3. Bagaimana dalam menjawab @SoalCINTA?

### **Kontrol dan kepemilikan**

4. Bagaimana anda mengontrol informasi pribadi anda yang ada dalam timeline?

### **Sistem manajemen berdasarkan aturan**

5. Bagaimana proses dalam diri anda dalam memutuskan menjawab @SoalCINTA?

### **Dialektika manajemen**

6. Hal seperti apa saja yang sering membuat anda bimbang dalam menjawab @SoalCINTA?

### **Privacy**

7. Privacy menurut pengertian anda apa?
8. Dalam memilah-milah hal mana yang termasuk *privacy*, apa yang menjadi ukuran anda?
9. Perlukah ada *privacy* dalam ekspresi afeksi / perasaan anda terhadap

2. Batasan informan dalam memposting suatu tweet.

3. Batasan informan dalam menjawab @SoalCINTA.

4. Cara informas membatasi akses ke tweet yang berisi informasi pribadinya.

5. Penjelasan informan mengenai proses pengambilan keputusan disaat menjawab @SoalCINTA.

6. Penjelasan dialektika manajemen di dalam diri informan pada saat akan menjawab @SoalCINTA.

7. Pengertian *privacy* menurut informan.

8. Cara informan memilah-milah mana yang termasuk *privacy* bagi dirinya.

9. Penjelasan informan mengenai perlu atau tidaknya *privacy* dakalm sebuah tweet ekspresi afeksi.

pasangan melalui @SoalCINTA?

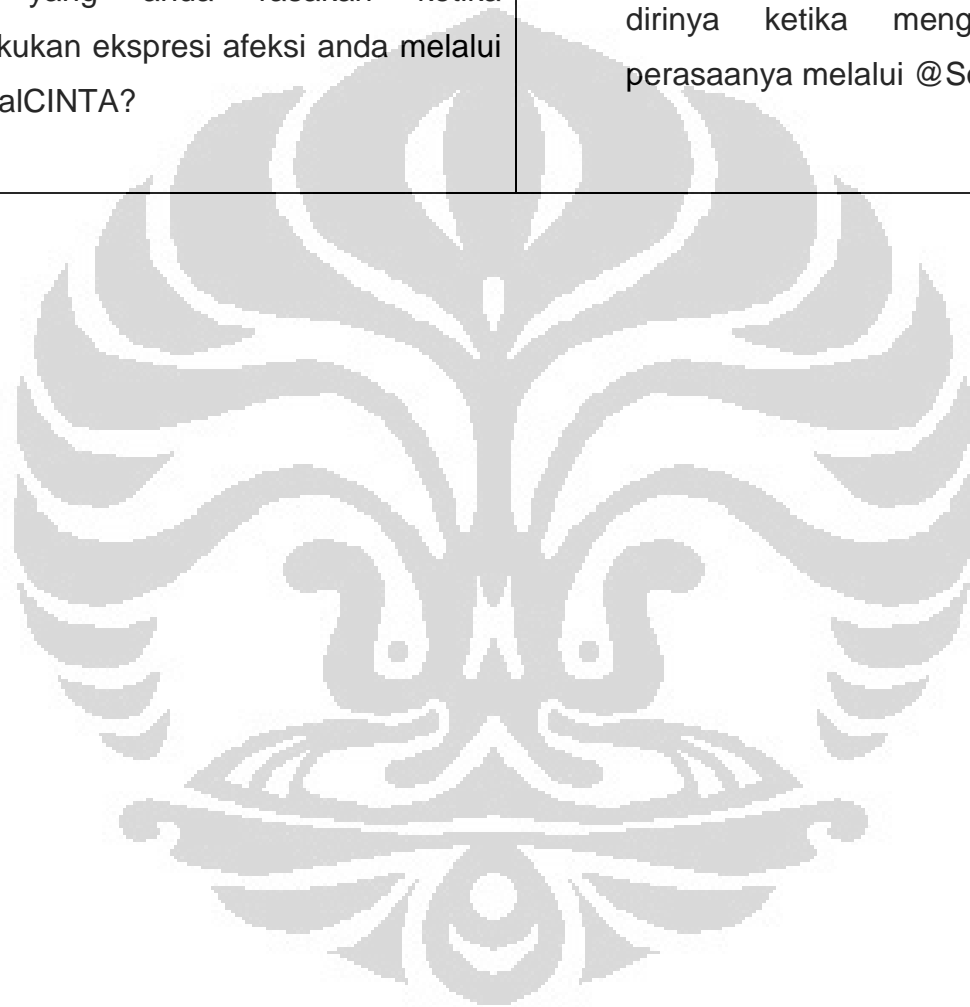
**Afeksi**

10. Perasaan seperti apa saja yang perlu diekspresikan melalui @SoalCINTA?

11. Apa yang anda rasakan ketika melakukan ekspresi afeksi anda melalui @SoalCINTA?

10. Jenis-jenis perasaan yang perlu diekspresikan.

11. Uraian jawaban mengenai perasaan dirinya ketika mengekspresikan perasaannya melalui @SoalCINTA.



Wawancara mendalam dilakukan di kediaman pribadi R di kompleks perumahan di daerah tebet timur dalam. Wawancara dilakukan pada pukul 19:00 -20:00 WIB. Wawancara dilakukan pada tanggal 24 november 2011. Wawancara berlangsung di ruang tamu kediaman R.

### **Data Diri :**

#### **Ceritakan sedikit mengenai diri lo?**

Nama gue Rina Triwardhany, baru aja lulus dari psikologi Universitas Tarumanegara, sekarang lagi sibuk ODP di salah satu bank di Indonesia. Hmm.. apa lagi ya..

#### **Tanggal lahir?**

Oiya bit, lupa.. hehehe 9 november 1989. Baru kemarin gue ulang taun dan lo ga ngucapin ya. Huh!

#### **Eh iya maaf maaf, oiya yang bener nama lo siapa? Kok beda sama di BBM?**

Rina triwardhany, itu nama bener gue kok! Hehehe yang di BBM.. itu.. jadi gini kan cowok gue namanya Ari dan gue rina, pas gue gabungin jadi Arina kedengerannya bagus jadi gw pake nama itu aja di bbm gue.

#### **Ohh.. trus gimana ceritanya lo dari palu bisa nyasar ke Jakarta?**

Hahaha sial lo bit, awalnya sih gue pengen mandiri, nyari pengalaman baru juga bit. Di palu abisnya gitu-gitu doank bit, pengen donk ke ibukota sini. Siapa tau gue bisa jadi orang sukses dan pulang ke palu bisa ngebahagian orang tua.

#### **Dan udah dari kapan lo tinggal di Jakarta?**

Lulus SD bit, pas masuk SMP gue pindah ke sini. Kalo diitung sampe sekarang udah hampir 10 tahun gue dijakarta.

#### **Sendirian?**

Yahh ga juga, kadang keluarga gue suka ke Jakarta sini atau gue yang pulang ke palu. Tergantung keadaan.

#### **Oke, kita mulai aja ya.**

Sip bit.

**Media Habit :**

**Darimana lo biasa dapet informasi sehari-hari?**

Sehari-hari biasanya internet bit, internet kan gampang diakses dimana aja, apa lagi saya pake blackberry sekarang, jadi lebih mobile donk. Dirumah juga pake langganan internet bulanan, sayang donk kalo ga dimanfaatkan. Mubazir. Hahaha Ehiya sama koran kadang-kadang sih. Kalo dijakarta saya ga langganan koran tapi kalo lagi di rumah (palu) setiap pagi pasti baca koran bit.

**Kok saya? Biasa aja kali rin, senyaman lo, jangan kaku.**

Hehehe justru kalo lagi formal ini udah nyaman banget pake kata saya bit.

**Ohh yaudah kalo gitu, lanjut. Di Jakarta baca korannya ga setiap hari?**

Engga lah, kalo lagi pengen baca aja baru beli Koran. Kan kalo dirumah si papa yang langganan.

**Jadi sekarang lebih sering nya internet ya?**

Yoiiii.. Hari gini bit harus terus update kabar terbaru, apalagi ini Jakarta. Itu juga gunanya langganan blackberry mahal-mahal. Saya butuh apa tinggal searching aja di blackberry. Lebih mudah.

**Lebih sering browsing di Blackberry atau laptop?**

Hmmm.. kayanya seringan di blackberry deh..

**Nah ketika di internet kalo lagi browsing lo ngapain aja sih?**

saya sih online biasanya buat main facebook, cek game-game facebook, twitter, foursquare, baca-baca blog, buka link di twitter, liat status anak-anak, liat foto-foto mereka. hmm sama paling sering pake google kalo buat nyari.

**Trus frekuensi nya gimana?**

Hmm biasanya sih kalo butuh, tapi minimal abis beraktifitas saya pasti sempet-sempetin sih ngecek blackberry.

**Dan yang pertama lo cek?**

BBM lah bit, harus tau kabar dari si Ari. Trus ke twitter. Facebook. YM. Email. SMS.

**Terakhir pasti sms?**

Jarang banget ada sms sekarang bit, semua orang kan udah punya BB sama twitter.

### **Kalo di Twitter ngecek paan rin?**

Hmm kabar temen-temen, sodara-sodara. Biasanya kan mereka sering banget update twitter dan saya cuma perlu ngecek Timeline aja dan saya tau mereka ngapain aja seharian. Lagi apa? Dimana? Lagi kenapa?

### **Oh bisa tau lengkap gitu rin?**

Bangett bit, apa aja ada, kaya lagi berantem sama pacar, diomelin bos dikantor. saya bisa tau tuh, hehehe malah kaya baca diary orang.

### **Wew diary? Bneran?**

Iya serius, diary kan isinya ungkapan ekspresi orang kan? Yang isinya hal-hal personal kan?

### **Iya sih rin. hmm Trus bisa ga lo ga online twitter sehari aja?**

Wah engga tau juga hahaha tapi pastinya ga nyaman kali ya. Setiap hari walau saya lagi ga update twitter tapi saya dapet informasi ya dari Timeline. Jadi pengamat aja udah dapet banyak informasi.

### **Ga nyaman nya seperti apa ya?**

Yahh gelisah, penasaran. Hmm kaya kemaren bit, pas pulsa abis mau ga mau belabelain panas-panasan jalan ke depan, nyari ATM trus beli pulsa deh. Trus daftar lagi deh. Trus bisa online twitteran lagi deh. Hehehehe

### **Dan itu karena lo pengen twitteran?**

Ya langganan BB juga lah, susah kalo BB mati. Mati gaya. Ga terbatas karena twitter maksud saya.

### **Haha trus di twitter selain kerabat dan teman, akun apalagi yang lo follow?**

Hmm yang pasti @SoalCINTA, kalo ga lo kan ga disini. Hehehe trus @Mario\_\_Teguh, @pepatah, @SoalAsmara, @metro\_TV, @detikcom. Apalagi ya bit.. hmm.. beberapa mall sama restoran sih kayanya.. lupa juga, banyak gitu abisnya bit..

### **Dasar, trus kenapa lo memfollow akun-akun tadi?**

Ya pertama karena informasi, beberapa TV atau koran. Enak tinggal baca Timeline, liat headline, buka linknya udah tau ada kejadian apa hari ini. Trus ada juga restoran sama mall – mall yang sering saya datangi, kalo itu mah buat info diskon, produk atau event kalo lagi ada. hahaha biasa cewek.. sekali lagi ga perlu buka web , searching di mbah google, tinggal buka Timeline, eh banyak infonya. Hehehe sama ada beberapa akun

yang mencerminkan diri saya, seperti pemikiran dan pendapat saya mengenai suatu hal.

### **Contohnya rin?**

Kaya @detikcom waktu itu ngabarin waktu lebaran di Arab, atau @mario\_teguh yang bilang kalo hubungan dasarnya perlu kepercayaan sama apa gitu. Itu kan pendapat saya banget, setuju banget sama Mario teguh pas tweet itu. Atau ga pas @SoalCINTA ngomongin mantan. Arrgghhh biasanya langsung keinget si Dika (mantan pacar R) kan, jadi suka kesel sendiri abis itu deh bit.

### **CPM:**

#### **Hahahaha labil.. emangnya seberapa sering sih lo RT @SoalCINTA?**

Lumayan sering kok, apalagi kalo malem-malem bit, udah ga ada film bagus di TV nih ya, ga bisa tidur yaudah jawab-jawabin aja tweet di Timeline.

#### **Hanya malem doank jawabnya?**

Engga juga sih tapi lebih sering jawabnya pas malem.

#### **Kenapa lebih sering malem?**

Ya karena belum bisa tidur, ga ada Film bagus, dan ya sepi juga ditwitter, ga ada yang bakalan nanggapi komentar aneh-aneh.

#### **Trus biasanya lo jawab tweet @soalcinta yang gimana?**

Hmm saya sih sukanya jawab tweet yang tentang diri saya atau pasangan saya. Perasaan saya.

### **Contohnya rin?**

Hmmm.. misalnya waktu itu ada pertanyaan gimana cara membahagiakan hati wanita, trus saya jawab aja kalo pasangan yang jujur, setia, gak macem-macem sama saling menghargai satu sama lain itu bahagiain hati wanita banget.

#### **Menurut lo informasi pribadi seperti itu tidak apa-apa untuk di share ke Twitter?**

Menurut saya tidak kenapa-kenapa kalo cuma kaya gitu doank, masih masuk ke dalam norma-norma yang berlaku. Masih umumlah bit. Lagipula kalo mau ngomong yang pribadi kan di twitter ada DM bit.

### **Maksudnya ada DM?**



Jadi kalo ada tweet @SoalCINTA yang personal banget, saya dan pasangan only, biasanya mendingan di DM-in ke akun nya Ari, walaupun pake #Nomention tapi kalo di tweet pasti pada tau lah nanti.

### **Ohh gitu.. Definisi informasi pribadi menurut lo apa deh?**

Informasi pribadi menurut saya adalah informasi-informasi mengenai diri saya, mengenai hal-hal privacy dan tidak semua orang perlu tahu.

### **Menurut lo Informasi yang ga pantes di share di twitter?**

Ya berlawanan kaya yang tadi donk, yang ga sesuai norma, kaya misalnya ngomongin hubungan fisik, pelukan, ciuman. Hal-hal yang tinggi tingkat privacynya.

### **Kalo gitu.. Definisi privacy buat lo apa?**

Privacyyy... area atau ruang personal atau juga bisa informasi, yang tingkat ke-aku-annya tinggi.

### **Dalam ngejawab @SoalCINTA biasanya apa yang jadi pertimbangan lo?**

Banyak sih, pertama soalnya kaya apa, kedua biasanya siapa yang lagi online.

### **Ukuran lo buat soal yang bisa dijawab atau tidak?**

Yah normal lah bit.. soal cara ngebahagiain pasangan, suka atau enggak suka sama sikap pasangan atau mantan yang gimana, yah yang bisa menjadikan hubungan saya dan pacar lebih baik lah. Soalnya terkadang lebih mudah untuk pake @SoalCINTA buat nyindir pacar secara tersirat daripada mention langsung orangnya.

### **Kenapa lebih mudah rin?**

Karena kan ga mention langsung orangnya, jadi ga gengsi juga negor pacar di depan umum. Hehehe sama saya kan menjaga nama baik pacar, kalo dimention ke orangnya tar semuanya aja donk jadi tau..

### **Trus jelaskan proses dalam pengambilan keputusan ngetweet @SoalCINTA atau tidak.**

Awalnya sih... tergantung mood kali ya.. saya lagi gimana, lagi berantem sama pacarkah, lagi keinget mantan yang ngeselin, atau lagi pengen curhat tentang sesuatu. Trus biasanya sih tinggal pilih tweet yang pas bisa mewakili perasaan saya.. eh tapi tunggu dulu biasanya liat dulu dari Timeline siapa aja nih yang lagi online di dunia twitter. Nah kalo aman bisa lanjut nulisin curahan hati.

### **Apa yang lo rasain selama proses situ?**

Kalo diawal kaya ada dorongan buat nulis atau komentar tentang suatu, apalagi kalo soalnya pas bitt... ihhh gemes banget pengen langsung dijawab soalnya.. hahaha tapi kan perlu dicek dulu siapa yang online.. hehehe trus ada kaya deg-degan selama nulis dan terakhir lega sih abis ke update di Timeline.

**Hahaha tapi informasi yang lo ungkap, bukannya itu termasuk informasi pribadi ya?**

Hahahaha iya juga ya, ada sih beberapa bit.. ga semua informasi pribadi lah..

**Kalo ada yang memberi tanggapan gimana?**

Hahaha bisa bisa jantungan, panik sih.. kaya waktu itu pernah keceplosan...

**Hayooo keceplosan apa?**

Hahaha bukan yang gimana-gimana tapi lagi komentar tentang si Ari, yang bagus-bagus.. biasanya udah tidur jam segitu tapi tiba-tiba dia RT gitu arbittt, kaget sih tapi yang paling kerasa malunya itu lho..

**Lho kenapa malu?**

Ya malu lah, gengsi! Nanti dia besar kepala lagi..

**Tweetnya kaya apa sih rin?**

Ahhh jangan deh, malu kalo itu.

**Yaudah lanjut, apa lagi ya.. itu kenapa bisa keceplosan?**

Tuh tuh Ari-nya, padahal Timeline dia sepi, udah jam tidur dia lagi. Huh!

**Sering keceplosan kaya gitu?**

Ga juga sih, soalnya saya biasanya ngecek siapa yang online dan selalu.. garis bawah ya bit.. selalu double check tweet saya.

**Lalu hal apa yang ngebuat bimbang pas jawab @SoalCINTA?**

Bimbang.. apa ya.. biasanya pikiran pikiran tentang siapa yang bakal komentar, siapa yang mungkin tersinggung. Saya kan cinta damai jadi ga pengen ribut-ribut deh. Oiya bimbang juga tuh pas ada soal mantan yang pengen banget di RT tapi kan ga enak sama Ari, ga pengen nyakitin perasaan Ari, dia udah baik banget sama saya.

**Perasaan apa saja sih yang perlu diekspresikan melalui @SoalCinta?**

Ya kalo buat saya sih sayang ke pasangan, bete ke pasangan, bagus banget buat nyindir pasangan sama buat ngungkapin perasaan kesel ke mantan! Penting banget tuh yang terakhir.

### **Kok mantan masih keinget?**

Iya awalnya sih biasa aja, tapi kalo ada pertanyaan yang menyangkut mantan. Suka keinget sebelnya.

### **Trus udah gitu aja? Sebel?**

Kadang-kadang ya dilampiasikan lewat tweet nya @SoalCINTA. Tapi sekali lagi harus ati-ati, liat dulu siapa yang online. Ga enak sama orang lah kalo ketauan orang. Jangan sampe ada yang bilang saya masih kepikiran mantan, padahal bukannya kepikiran tapi lagi keinget aja.

### **Kalo ke pasangan, apa aja yang perlu diekspesikan melalui @SoalCINTA?**

Sayanglah yang pasti, care, kangen sama support!

### **Dari tweet-tweet lo tentang @SoalCINTA apa yang lo harapkan?**

Tergantung tweetnya, kalo yang agak sensitif pasti donk saya berharap pacar saya itu menanggapi. Masa udah disindir pake @SoalCINTA masih ga ngeh juga, minta di omelin itu mah namanya. Kalo soal mantan saya sih berharap ga ada yang komentar. hahahaha

### **Menurut lo perlu ada ga sih privacy dalam menjawab @SoalCINTA.**

Perlu lah bit, coba ga ada privacy? Semua aja ditaro di Timeline, masa orang ga malu sih? Eh tapi terkadang ada juga lho yang kaya gitu

### **Kaya gitu gimana maksud lo?**

Saya punya teman yang suka asal nulis aja, kaya kemaren ngomongin tentang hubungan fisik pasangan gitu. ihhh kan ga pantes aja ditulis di twitter.

### **Emang kenapa?**

Risih. Keganggu tau bacanya. Biasanya kalo gitu saya skip aja bacanya. Kaya saya pengen tau urusan orang aja. Males banget sama TDA.

### **TDA?**

Twitter Display Affection, itu lho dulu kan PDA sekarang jamannya TDA.

### **Trus kalo buat lo gimana ukuran mana privacy, mana yang bukan?**

Kalo selama masih dalam norma-norma yang berlaku, bukan hal yang aneh, bikin malu, ga melanggar hukum saya rasa itu informasi yang bukan privacy.

### **Oiya menurut lo gimana cara menjaga informasi di Timeline lo?**

Timeline harus diprotect bit, dulu pertama kali bikin twitter emang sih belum diprotect nah sekarang saya kan udah ngerti jadi sekarang udah di protect tu Timeline.

### **Kenapa harus diprotect?**

Karena kalo ga di protect kan semua orang bisa liat, bahkan yang ga punya twitter pun. Dengan diprotect orang yang mau jadi nge add kan harus request permission, jadi nya saya bisa memilah-milah mana yang saya mau add, mana yang saya ga mau add.

### **Terakhir nih rin, setelah RT @SoalCINTA apa yang lo rasain?**

Lega bit.



Wawancara mendalam dengan Y dilakukan di salah satu gerai 7/11, yang berlokasi di daerah duren tiga. Wawancara dilakukan pada pukul 15:00 – 16:15 WIB. Wawancara dilakukan pada tanggal 1 desember 2011.

## **Data Diri :**

### **Coba ceritain dikit tentang latar belakang diri lo?**

Nama gue Yudie Rahman Ramadhan, lahir pekanbaru, 02-06-86, kakak gue 2, adek gue 1. Gue tinggal dijakarta dari tahun 2002. Jadi udah sekitar 9 tahun lah total dijakarta.

### **Oh waktu itu pindah ke Jakarta kenapa?**

Waktu itu bokap-nyokap lagi cerai, jadi biasalah bro, broken home, males gue ditarik sana sini. Jadi gue ke Jakarta aja.

### **Trus waktu pertama kali dijakarta sendirian donk?**

Gue udah sering ke Jakarta kok, dulu kalo liburan pasti main ke rumah fery. Nah waktu itu gue tinggal sama abang gue, dia udah disini duluan dari taun 2000an, jadi sementara gue numpang. Tapi ga lama, berantem mulu gue, jadi gue di kontrakin rumah sama bokap.

### **Trus disini ngapain tuh lo?**

Yah akhirnya gue inisiatif pindah SMA ke sini, daripada gue ditarik sana sini, serba salah. Mending kalo mereka mau ketemu gue, mereka yang kemari.

### **Abis selesai SMA, ga balik ke pekanbaru aja bro?**

Ga bro, waktu itu bokap masih jaya-jayanya, gue sih disini seneng-seneng aja tiap hari. Tapi abis bokap agak turun ya gue bertahan dengan kerja sana sini. Ada kerjaan, ada duit, ya gue kerjain. Masih mending disini dibanding balik ke pekanbaru. Yang ada stress gue disana.

### **Sekarang kegiatan ngapain?**

Sekarang sih Alhamdulillah gue kerja sama temen pekanbaru gue di bidang perumahan, udah sukses dia sekarang. Hahaha dulu temen baik gue banget pas gue disana sekarang jadi bos gue.

### **Ohh gitu, yaudah jadi mulai aja ya bro. lo biasa mendapat informasi dari mana?**

Informasi? Yah biasanya sih dari ngobrol sama orang, yah lo kan tau bro, gue sama siapa aja ngobrol, gue ga milih-milih temen, dari bos-bos chevron sampe porter dikalimantan juga pernah gue ngobrol sama mereka.

### **Hmm maksudnya informasi kaya berita gitu?**

Ohh kalo itu mah dari blackberry, sekarang gue kan udah punya blackberry bro, ga perlu warnet lagi.

### **Jadi lo lebih sering browsing?**

Yeap, gampang, cepat & praktis. Dibanding yang lain, baca perlu beli koran atau buku, mana beli cuma sekali, isinya ya gitu-gitu aja. Radio paling ada dikostan, jarang sih gue dengerin, ada doank. Hahahaha

### **Sehari pasti online ya?**

Iya donk, blackberry, sayang gitu udah bayar mahal.

### **Biasanya ngapain aja lo kalo online?**

Biasanya sih twitteran, chatting.

### **Facebook?**

Facebook juga kadang-kadang.

### **Lebih sering twitteran atau facebook?**

Twitter sih, facebook biasanya buat upload foto doank, anggep aja kaya foto album pribadi. hahaha

### **Lebih sering twitteran atau chatting?**

Huuh, contact BBM gw lebih sedikit dibanding twitter gue. Hahaha

### **Wihhh eksis.. kalo sehari ga bisa twitteran gimana?**

Wahhh pusinggg ambbooo, gimana ya, lebih rame twitter sih dibanding BBM gue. BB gue sepi abis donk, males.

### **Pernah kejadian ga?**

Pernah sih dulu sebelum pake BB, kalo mau ngetweet ya gue jalan ke warnet terdekat atau pinjem BB temen.

### **Jadi intinya lo lebih sering twitteran?**

Sering dan lebih enak twitteran, karena tanggapan yang gue dapet dari temen-temen gue justru lebih cepet dari twitter. Kan ngeselin BBM udah D bahkan R ga ada balesan eh tapi bocahnya bisa update twitter.

### **Akun apa aja yang lo follow?**

Ya yang pasti temen-temen gue, trus @detikcom, @SoalCINTA, @SoalAsmara, artis-artis, radit siapa tuh. Tweet nya lucu, konyol, buat bahan ketawaan aja,

### **RadityaDika kali.. kenapa lo memfollow akun-akun tersebut?**

Yaaaa karena detik itu berita, berita tuh penting banget, kaya lo tau hari ini ada apa, jadi lo ga ketinggalan berita, masa yang happening lo ga tau sih bro, ini Jakarta gitu, ketinggalan dikit bisa-bisa ilang kesempatan.

### **Trus kalo @SoalCINTA gitu-gitu?**

Kalo itu buat karena pertanyaan-pertanyaannya gue banget.

### **Gue banget gimana?**

Hmm yah buat gue tweet dari @SoalCINTA tuh gue banget, pertanyaannya tuh emang menarik gue buat nanggapi tweet itu.

### **Kenapa lo bisa tertarik buat nanggapi bro?**

Karena gue suka aja nyindir, nyela orang lewat tweet itu. Ga perlu mention bro, kalo mention kan kesannya gue ngomong langsung. Ini di ekspresikan aja lewat tweet itu. Kaya misalnya tentang mantan. Gue jawab aja, dan semoga aja dia baca. Yah syukur-syukur sih kalo dia baca. Hahahaha

### **Ini pasti nyuyun deh, haha trus dalam ngetweet sendiri apa sih yang jadi batasan lo?**

Batasan? Apa ya? Ya selama ga nyinggung masa lalu orang, keluarga orang, ngata-ngatain orang, merendahkan orang, sombongin diri.

### **Kalo dalam nge RT @SoalCINTA?**

Kalo itu mah ga ada, hahaha, itu Cuma soal-soal gitu doank gitu, masa perlu dibatasi sih ngejawabnya. Ga seru ah.

### **Kalo teman-teman lo sendiri suka RT @SoalCINTA juga?**

Suka kok, lumayan sering, bahkan awalnya gue tau @SoalCINTA dari si roy, dia kan sering tuh RT gituan, gue perhatiin seru juga nih akun, trus gw follow deh. Trus sampe sekarang deh suka RT buat ceng-cengan sama si anak-anak.

### **Roy itu siapa?**

Roy itu salah satu temen baik gue dijakarta, kita sama-sama anak perantau bro, jadi kita tuh ngerti keadaan masing-masing, makanya gue betah satu kostan sampe 5 tahun kan bro.

### **Trus proses / alur didalam diri lo dalam menjawab @SoalCINTA gimana?**

Hah? Maksudnya?

### **Urutan gitu bro, dari awal sampe akhirnya lo ngetweet....**

Hmm biasanya sih lagi twitteran trus ada tweet dari @SoalCINTA, nah tweet itu ada ga hubungannya sama gue, atau temen-temen gue, atau cewek yang lagi deket sama gue, kalo ada ya pasti gue tanggepin.

### **Ada mulu donk? Kayanya jawab mulu lo...**

Hahahaha iya donk, kan pengalaman banyak, teman-teman banyak. Ahhhhh apalagi buat temen yang jomblo trus gitu.. kaya lo..

### **Bah.. sial.. konsen bro, apa aja nih yang bikin bimbang dalam ngejawab @SoalCINTA?**

Hahahaha sorry, bimbang sih biasanya karena orang yang dituju, kan kita ga tau tu orang lagi kenapa, lagi terjadi apa didalam hidupnya, emang nya kita Ki Joko Bodo yang bisa baca orang hahaha coba orang lagi badmood trus baca tweet gue, behh tiba-tiba bisa meledak, kacau dah kalo udah begitu.

### **Wahh pengalaman ya?**

Hahahahahahaha iya lah, dari situ gue belajar.. kalo orangnya udah mulai bete atau nyinyir balik ya gue stop, ya mungkin gue terlalu masuk ke dia disaat dia ga pengen bercanda. Namanya juga manusia bro.

### **Tanggapan orangnya penting ya bro?**

Penting bangeett bro, justru kenapa gue suka RT @SoalCINTA jadi gue lebih suka buat mengatakan sesuatu tanpa mention ke orangnya. Ya masa dia baca tweet gue ga ngerti sih. Pasti ngerti sih. abis ngetweet tinggal tunggu tanggapan.

### **Tanggapan yang lo harapkan seperti apa?**



Dibales tweet gue, kalo ga berani ya DM, BBM, YM, sms, atau telpon.

### **Saat itu apa yang lo rasain?**

Seneng lah, bahagia, menang karena gue bener ngetweet @SoalCINTAny.

### **Dalam ngetweet itu lo ga pernah double check?**

Double check rasanya ga perlu deh, gue kan sebelum nulis tweet itu udah mikir dulu. Kaya orang nya kaya apa, tweet gue kaya apa. Jadi efektif dan efisien. Kalo orangnya misalnya lagi marah-marah tweetnya atau status lainnya lagi galau gue juga ga akan colek kok, pasti gue diemin sampe keliatan tenang baru gue godain.. hahahaha

### **Hmm.. menurut lo nih apa itu pengertian informasi pribadi?**

Informasi pribadi? Informasi mengenai diri lo, masa lalu, keluarga.

### **Lo pernah ga ngetweet tentang informasi pribadi?**

Hmm pernah sih tapi ga sering, gue ga suka ngungkit hal-hal itu, mending lo nanya tentang cewek dah sama gue dibanding tentang masa lalu keluarga gue.

### **Oh jadi yang tau cerita tentang masa lalu siapa aja?**

Saudara lah yang pasti, lainnya paling orang-orang tertentu. Ga banyak. Yang namanya hidup bro, banyak turun naiknya. Apalagi orang kaya gue, banyak banget temen tapi sedikit yang bner-bner temen. Kaya lo, udah gue anggep sahabat gue.

### **Jadi hanya sahabat yang lo ceritain semua-muanya?**

Ya, karena gue percaya sama mereka.

### **Masa sih, kayanya lo ceplas ceplos aja jadi orang?**

Kalo hal lain gue ga masalah bro, tapi kalo soal itu engga deh.

### **Ok, trus deh kalo privacy bro? menurut lo artinya apa?**

Hmm bukannya sama ya kaya yang tadi? Privacy itu hal yang lo banget, masa lalu, keluarga, hal-hal yang sebaiknya ga diutak atik atau diketahui sembarang orang.

### **Trus menentukan mana yang privacy mana yang bukan gimana?**

Buat gue sih yaitu tadi bro, masa lalu, keluarga itu hal yang ga bisa di utak atik sembarangan, selain itu bebas-bebas aja. Orang mau tau apa tentang gue juga bakalan gue jawab.

### **Jadi lo ga punya rahasia donk?**

Rahasia ga ada bro, walaupun ada ya paling masalah keluarga tapi ga ada yang lo engga tau kok.

### **Jadi lagi-lagi sahabat lo tau semuanya ya?**

Ya gitu

### **Menurut lo perlu ada privacy ga dalam menjawab @SoalCINTA?**

Tergantung orangnya sih, kan privacy buat orang beda-beda donk. Bisa aja hal privacy buat gue adalah hal biasa buat lo, atau sebaliknya. Jadi ya balik lagi gimana pribadi personal orangnya.

### **Perasaan apa saja yang perlu diekspresikan melalui @SoalCINTA?**

Sayang! Apalagi yang baru pacaran, lagi anget-angetnya kan tuh.. nahh @SoalCINTA in ngebantu banget.. ohh apalagi yang lagi pendekatan bro, bisa lah buat kasih kode ke gebetan yang dituju. Hahahaha

### **Cuma rasa sayang aja?**

Kangen juga bisa bro.

### **Seringan mana antara sayang sama kangen lo?**

Sama aja, kan itu supaya pacar gue ngerti tanpa harus gue bilang langsung sama dia. Jadi gue ungkap perasaan gue pake @SoalCINTA.

### **Apa yang lo rasain setelah ngetweet @SoalCINTA?**

Hmm @Soalcinta tuh guna banget bro buat ekspresiin perasaan gue, kaya ada sesuatu yang lama ketimbun trus ilang aja.. lega kali ya..

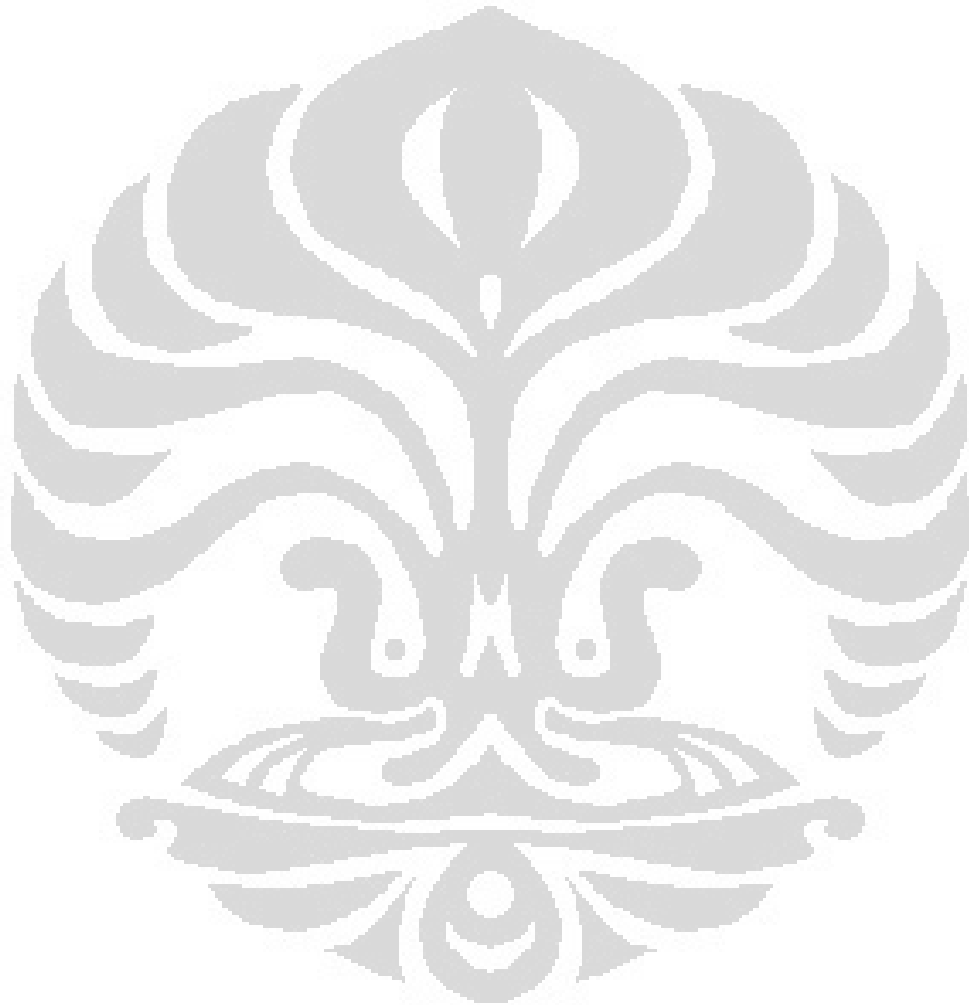
### **Kenapa bisa gitu?**

Ya kan biasanya gue males bilang sayang atau kangen duluan, gengsi lah bro.. masa bilang duluan. Jadi bilang tersirat aja pake @SoalCINTA, nanti pasti pacar gue yang bilang duluan dah abis baca tweet gue. hahaha

### **Nah cara lo mengontrol tweet-tweet lo yang isinya informasi tentang lo gimana?**

Protect Timeline lahh, sorry bukannya gue sombong tapi gue mang maunya cuma orang-orang tertentu doank yang jadi followers atau gue follow. Kalo anaknya ga asyik ngapain follow-followan. Jadi sebelum nge-add mereka kan harus request ke gue dulu,

disitu yang asyik gue approve, yang engga ya jangan harap. Dan enaknya twitter ga kaya facebook kalo ga gue approve ga bakalan ganggu kirim message. hahahaha



Wawancara mendalam dengan A dilakukan di kediaman pribadinya, yang berlokasi di daerah perumahan Citra Grand, Cibubur. Wawancara dilakukan pada pukul 12:00 – 01:00 WIB. Wawancara dilakukan pada tanggal 4 desember 2011 diruang tamu A.

**Data diri :**

**Ceritakan latar belakang diri lo:**

Nama gue Armytanti Hanum, lahir tanggal 22 januari 1988, anak kedua dari 3 bersaudara. Kakak gue perempuan, ade gue laki-laki. Lulusan S1 komunikasi Massa Unila tahun 2009. Perlu IP lulus juga ga?

**Sombong, kagak. Kegiatan sekarang?**

Hahahahaha sekarang gue ngajar di high scope kuningan. Dan di weekend ngasih les ke rumah, biasanya sih anak-anak expat yang gue ajar.

**Oiya lahir dimana? Jakarta?**

Bukan, gue lahir di rumah eyang gue, Bandar lampung.

**Media habit:**

**Sumber informasi yang biasa lo akses sehari-hari?**

Internet

**Internet aja?**

Ya, kalo koran ga langganan dirumah, radio juga ga punya, eh paling radio kalo lagi dimobil aja. TV juga jarang ditonton soalnya kalo udah dirumah mending gue istirahat atau kerjain kerjaan rumah.

**Maksudnya kerjaan rumah?**

Ya bikin raport anak-anak, bikin event sekolah, ngisi laporan, terkadang beres-beres rumah kalo lagi ga ada si mbak.

**Trus biasanya lo akses internet dari mana?**

Semenjak gue punya blackberry ya jelas donk dari blackberry, sebelumnya ya dari laptop di kamar.

### **Kalo lagi online lo biasanya ngapain aja?**

Chatting, liat-liat, wandering around in cyber world.

### **Ya wandering around nya tuh ngapain myy??**

Facebook, twitter, detik.

### **Lebih sering mana antara facebook, twitter dan chatting?**

Lebih sering twitter, chatting kadang-kadang aja kalo perlu, facebook udah ga main lagi, eh bukan ga main tapi jarang banget gue buka facebook.

### **Kenapa jarang buka facebook?**

Udah using aja kalo menurut gue, gue merasa bahwa orang-orang yang biasa menghubungi gue lewat facebook udah ada di contact BBM atau di twitter gue. Jadi buat apa borosin baterai BB, mending gue sign out.

### **Kalo ada yang penting di facebook?**

Yah paling tar temen atau orang yang bersangkutan akan ngabarin ke gue, antara sms, telpon, YM, BBM atau twitter. Baru deh gue online facebook.

### **Jadi lebih sering pake twitter?**

Yeap

### **Kenapa emang dengan twitter?**

Awalnya gue males, karena ga ngerti sih sebenarnya.. tapi setelah didesak-desak kanan kiri atas bawah, ya gue ngalah, dengan berat hati gue bikin twitter. Lama – kelamaan setelah kebiasaan baru deh pandangan gue berubah. Twitter itu gampang, ga ribet, mobile dan fast respond.

### **Biasanya lo online twitter buat apa?**

Update status, komentarin tweet orang, liat berita, cari info.

### **Lebih sering mana?**

Liat berita sama cari info sih, kan gue follow @DetikCom, nah timeline nya itu selalu update dengan berita-berita terkini, jadi gue ga perlu susah udah bisa update berita.

### **Udah gitu aja?**

Sama cari info, biasanya ke @TMCpoldametrojaya, buat tau status jalan-jalan di Jakarta atau tempat yang gue tuju. Jadi gue tau keadaan di depan gue dan gue bisa mempertimbangkan waktu dan rencana gue ga bakalan berantakan.

### **Berarti lo tipe orang yang berplanning ya?**

Yeap, kalo ga punya planning atau tujuan, hidup mah bakalan ga jelas.

### **Selain @detikcom dan @TMCpoldametro jaya akun apalagi yang lo follow?**

Banyak lah, @SoalCINTA, @SoalAsmara. @Zodiacfacts gitu-gitu lah..

### **Kenapa lo follow akun-akun tadi?**

Pertama banget informasi, informasi update, setiap saat dan dimana saja udah jadi tuntutan jaman modern bit. Lo ketinggalan informasi telat sebentar aja bisa tenggelam persaingan lo. Ya kedua ngapain lagi ditwitter kalo ga follow akun yang sesuai dengan diri lo.

### **Seberapa sering lo ngetweet?**

Ga pasti, tergantung mood.

### **Kalo @SoalCINTA?**

Kalo itu biasanya sih ada yang sesuai dengan keadaan atau perasaan gue saat itu ya bakalan gue jawab langsung.

### **Langsung lo jawab apa adanya?**

Biasanya sih gitu

### **Tweet yang apa adanya itu pernah jadi masalah?**

Hmmm beberapa kali sih pernah ada yang merasa kesindir, trus langsung bikin *Tweet* yang aneh-aneh, trus ditimpalin lagi sama yang lain. Trus isi Timeline gue #*Twitwar* (keadaan dimana *Tweet* ditujukan untuk menyerang satu sama lain secara verbal, biasanya *no mention*) semua dah.. suka bikin pusing sih tapi gimana lagi, kalo ga bisa terima *Tweet* gue yaudah ga usah *follow* donk.

### **Reaksi paling keras diapain?**

*Unfollow* pernah, beberapa mantan.. hahahahaha

### **Dan lo fine-fine aja?**

Yaiyalah, kaya gitu engga perlu dipikirin, mending unfollow deh biar ga ganggu daripada tar malah ganggu Timeline gue.

### **Hmm definisi informasi pribadi menurut lo apa?**

Informasi mengenai diri gue, bisa baik & buruk, dan ga bisa diakses semua orang.

### **Nah ga takut apa informasi pribadi lo tertuang dalam Timeline?**

Engga juga ah, biasa aja.. menurut gue tweet itu adalah sebuah bentuk pikiran lo yang lo tuangkan ke dalam bentuk tulisan. Dan yang namanya pikiran kan sah-sah aja mau kaya gimana.

### **Errr ada pertimbangan apa dalam ngejawab @SoalCINTA?**

Mood gue, kalo lagi mau jawab serius ya serius, kalo lagi ada tweet yang lucu buat ngeledak orang ya munculah niat iseng gue dan gue mention dah tu orang.. tapi biasanya orang yang gue mention juga cuma bercanda doank, kalo tweet yang serius lebih prefer no mention, orangnya harus sadar tanpa gue bilang ke mukanya langsung.

### **Batasan diri lo sendiri dalam ngetweet apa my?**

Yah normal, bukan sesuatu yang melanggar hukum, norma dimasyarakat, ya kaya orang normal aja bit. Gue emang blak-blakan kalo ngomong tapi twitter kan new media bit jadi ya make mikir dikit lah kalo ngetweet, bikin tweet nyeleneh mah sama aja bikin penyakit buat diri sendiri.

### **Pernah pengen tweet yang nyeleneh?**

Yah yang bner-bner nyeleneh sih belum pernah yah, paling nyerempet-nyerempet dikit. Kalo ada keinginan buat tweet yang nyeleneh ya gue rem sendiri. Tapi ya kalo udah ga tahan buat komentar gue plesetin tapi ya tetep komentar yang nyinggung dikit.

### **Contohnya?**

Contohnya ada tweet @SoalCINTA, kalo ujan trus berduan sama pacar enaknya ngapain?

### **Trus?**

Gue pengen jawab ciuman yang hot, biar ga kedinginan tapi waktu itu karena ga enak kalo nulis gitu, belum ntar ada yang komentar aneh-aneh akhirnya gue nulis makan mie panas sambil suap-suapan.

### **Akun teman-teman lo juga suka begitu?**

Kalo temen sih jarang, apalagi yang pada tua, sadar diri kali yee.. hahaha paling tapi kalo *peer group* gw sih emang begitu, rata-rata temen dekat gue ya kaya gue yang ekspresif ini.

### **Jadi semuanya dari peer group lo pasti ekspresif?**

Ya awalnya engga juga tapi setelah cukup lama kenal, jatuh bangun selama kuliah di bandar (lampung) ya udah kenal karakter masing-masing ya mulai terbuka lah tentang apa aja dan pada dasarnya kami itu orang-orang yang sangat ekspresif.

### **Kalo peer group lo ga se ekspresif sekarang kira-kira lo beda ga ya sekarang ini?**

Mungkin beda, abis ga kebayang aja punya temen yang introvert, tertutup, kutu buku, pendiem gitu.. macam nerd gitu.. yah belum pernah sih so far

### **Ohh trus definisi privacy buat lo apa mang?**

Privacy itu adalah hal-hal yang terkait dengan pribadi gue, suatu ruang personal yang gue miliki dan ga boleh ada orang yang menginvasi privacy gue atau gua bisa marah besar.

### **Ukuran buat diri lo mengenai hal yang privacy atau bukan gimana?**

Hal yang berkaitan erat dengan personal gue, seperti keinginan gue, cara berfikir gue, impian gue. Itu privacy buat gue.

### **Kalo ada orang yang tau privacy lo gimana?**

Ya ga mungkin tau gitu ajalah, kalo ada yang tau mengenai privacy gue ya karena I let them know.

### **Maksudnya?**

Buat gue ada 3 kategori teman: common, teman dan sahabat. Common itu ya orang-orang biasa yang seliwera dan hidup lo, teman itu orang yang sedikit dekat dengan diri lo, lo nyaman dengan mereka dan sebaliknya sedangkan sahabat itu orang yang udah gone through bad and good time, lo nyaman banget sama mereka dan lo percaya banget sama mereka.

### **Jadi lo mempercayakan privacy lo ke..?**

Ke sahabat-sahabat gue, terutama sahabat gue dari SMA. There a few people that I trust in this world and one of them is my friend from high school.



### **Informasi apa yang lo share ke mereka?**

Apa aja mengenai gue, dan gue ga punya rem dalam cerita sama dia, gue bisa cerita apa aja, kapan aja, dimana aja. Everything.

### **Menurut lo perlu ada privacy ga dalam ngetweet?**

Perlu lah, gue sih mungkin ga masalah ketika gue mengemukakan pikiran gue. Tapi gue akan sangat tersinggung kalo ada yang komentar menyerang. Yah kritik sih kritik tapi buat gue itu menyerang dan gua ga suka. Makanya daripada nyari masalah mending ga usah tweet masalah itu.

### **Nah lo sendiri pernah dapet masalah ga tentang privacy ini?**

Di twitter? Pernah sih, sering kali orang atau pacar gue bilang kalo gue terlalu frontal kalo komentar atau ngetweet tentang sesuatu. Tapi kalo menurut gue ga ada tweet gue yang seperti itu sih?

### **Contoh tweetnya?**

Hahaha lupa, gue ga pernah peduli sih

### **Masalah yang sering bikin lo ditegur kaya tadi itu kaya apa sih my?**

Biasanya sih @SoalCINTA yang udah nyerempet, hahaha biasanya kalo udah ngomongin ke arah psychical relationship, macam holding hand, kiss.

### **Perasaan seperti apa saja yang bisa di ekspresikan melalui @SoalCINTA?**

Sayang, kangen, pengen manja-manja.

### **Dan lo fine-fine aja melontarkan tweet-tweet itu?**

Fine kok, karena ketika gue baca tweetnya misalnya trus gue kepikiran sesuatu, ya biasanya gue tulis sih, kalo nanti-nanti keburu lupa.

### **Kalo itu menyangkut privacy lo gimana?**

Ya itu tadi gue berusaha “menyamarkan” apa maksud dari tweet gue sebenarnya tapi tetep kok gue bakal tweet isi pikiran gue.

### **Jadi gpp gitu mengeluarkan informasi privacy lo my?**

Hmm kalo gitu sih mungkin liat dari tweetnya mengenai apa, apa kepentingan gue, dan siapa orangnya. Kalo buat diri gue semuanya masih dalam toleransi pasti gue tweet.

### **Maksudnya toleransi?**

Maksud gue ketika tiga faktor tersebut berbenturan, kan pasti ada tarik-menarik kepentingan antara tiga hal tadi nahh.. kalo buat diri gue lebih besar keuntungan buat diri gue dan buat otak gue kompromi ya gapapa lah gue ungkapkan.

### **Definisi rahasia buat lo?**

Rahasia adalah hal yang lo ga pengen orang lain tau, karena entah itu bikin malu atau bukan hal pantas yang di ketahui orang banyak.

### **Menurut lo rahasia dan twitter gimana?**

Baik-baik aja.. hahahaha menurut gue lo ga bakal bisa tau kalo itu adalah rahasia seseorang karena di twitter ada hashtag, blm ada #eaa atau penggalauan, jadi rahasia seseorang bisa banget disamarkan.

### **Kalo dengan @SoalCINTA?**

Yah itu lagi sama aja, bisa aja disamarin.. tinggal niatnya gimana.. misalnya ada tweet mengenai lagi punya pacar brp? Bisa aja di jawab 2 atau 3 trus belakangnya pake ketawa trus #eaa paling banter diketawain yang bner-bner tau.

### **Alur lo dalam bikin suatu tweet @SoalCINTA gimana?**

Alur sih ga ada yang pasti, tapi yang jelas biasanya liat timeline, tertarik suatu tweet dari @SoalCINTA, something pop in my head, pikir sebentar its appropriate apa engga, trus ketik trus update tweet.. hahahaha

### **Trus yang lo rasain ketika lo mengungkapkan perasaan lo dengan @SoalCINTA?**

Legaaa plonng gitu.. paling ga enak tau bit menahan-nahan emosi dan perasaan, kalo di pendem trus bisa-bisa gila atau stress lo ntar jadi itu harus dikeluarkan. Apalagi gue termasuk orang yang ga paling ga bisa diem.

### **Gimana ngejaga informasi di Timeline lo my?**

Hmm itu sih tergantung pinter-pinternya lo aja bit, orang-orang pada protect akunya kan. Gue sih ga, gue terbuka kok berteman dengan siapa aja tapi ketika ada satu yang ga gue suka yah tinggal di mute atau di block. Kelar urusan. Dia ga suka? Itu urusan dia.

### **Oiya my gimana pendapat lo mengenai TDA?**

TDA itu yang kaya PDA itu ya?

**Iye, gimana dah?**

Oh... ya males lah, liat PDA aja bikin muak apalagi TDA. Masa hal-hal yang sensitif kaya gitu lo tulis di Timeline sih. yang bner aja, kaya ga bisa email atau sms yang lebih personal.

