

MEDIA TRADISIONAL VS MEDIA ONLINE (Komunikasi dengan Keunikan Identitas)

Farida dan Sari

Fakultas Dakwah STAIN Kudus

Abstrak

Manusia sebagai makhluk individu dan makhluk sosial memiliki identitas personal sekaligus identitas sosial, yang menjadikan manusia memiliki keunikan dalam berkomunikasi ketika berinteraksi di lingkungan secara langsung maupun secara tidak langsung. Berbagai media dalam komunikasi baik tradisional (majalah, radio, televisi) maupun media modern (online) adalah memudahkan manusia untuk menyampaikan pesan agar terbentuk kelompok dengan kesamaan pemahaman dan melakukan berbagai aktivitas untuk memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup dan kehidupan. Komunikasi yang efektif akan mewujudkan keharmonisan kehidupan karena timbulnya kondisi saling menghormati dan saling membantu dalam menyelesaikan masalah. Namun sebaliknya, akan menimbulkan konflik bahkan saling menghilangkan aspek-aspek kemanusiaan. Oleh karena itu, setiap manusia perlu memahami bahwa media tradisional maupun modern dalam berkomunikasi yang digunakan memiliki fungsi untuk memudahkan jalinan silaturahmi antar sesama manusia di seluruh dunia karena keterbatasan jarak dan waktu. Namun perlu diketahui ketika menggunakan media tradisional maka berita maupun pesan tersampai akan membutuhkan waktu, sedangkan penggunaan media online maka akan dengan cepat pesan atau berita diterima namun ada kesempatan untuk menyembunyikan bahasa non verbal. Sebagai manusia yang memiliki kecerdasan, maka berkomunikasi membutuhkan integrasi antara apa yang dipikirkan dengan yang

dirasakan serta dilakukan yang tidak menyinggung manusia lain, sehingga tercapailah tujuan komunikasi.

Katakunci:

A. Pengantar

Diantara bentuk rahmat dan wujud kasih sayang Allah Swt kepada seluruh manusia adalah kemampuan berkomunikasi antar sesama manusia dengan berbagai macam bahasa yang menunjukkan identitas personal. Karena dengan berkomunikasi maka manusia mampu menjalin kasih dan berinteraksi dengan lingkungan. Allah menyebut komunikasi dengan istilah *bayan* yang artinya kemampuan menyampaikan sesuatu dengan jelas dan dipahami oleh penerima pesan. Sebaliknya, komunikasi yang tidak terbangun dengan baik dapat menimbulkan banyak permasalahan dalam hidup (Hefni, 2015: 65). Oleh karena itu, manusia memiliki kewajiban untuk menjalin komunikasi yang baik untuk mewujudkan keharmonisan di lingkungan dalam menyelesaikan semua masalah hidup, karena komunikasi yang kurang efektif akan memunculkan kesalahan persepsi dan konflik dengan sesama manusia di lingkungan sosial.

Tindakan-tindakan sosial manusia tidak dapat dijelaskan hanya karena manusia telah memiliki motif-motif personal tertentu, namun pada dasarnya lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan eksternal di luar dirinya (komunitas), sehingga tidak mengherankan apabila kemudian prasangka dan kekerasan terhadap kelompok tertentu dapat dilakukan secara kolektif serta berlangsung dalam waktu lama. Mekanisme ini tentu tidak dapat dijelaskan hanya karena secara kebetulan setiap orang memiliki motif internal yang sama untuk melakukannya (Afif, 2015: 2), karena banyak faktor yang mempengaruhi perilaku sosial manusia dalam berinteraksi dengan sesama. Namun dengan komunikasi yang efektif menjadikan hubungan yang harmonis dalam kehidupan untuk mengenal berbagai pengetahuan tentang alam semesta dan hidup berdampingan “saling membutuhkan” untuk memenuhi semua kebutuhan hidup manusia.

Komunikasi merupakan proses penyampaian dan

penerimaan lambang-lambang yang mengandung arti, baik yang berwujud informasi-informasi, pemikiran-pemikiran, pengetahuan ataupun yang lain-lain. Karena dalam komunikasi yang penting adalah adanya pengertian bersama dan membutuhkan pemahaman proses sosial. Bila pesan dapat bermacam-macam jenisnya, maka media komunikasi dapat bermacam-macam pula, misal: radio, TV, media cetak, dan media *online*. Media atau saluran, yaitu perangkat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator. Ini yang sering disebut sebagai media komunikasi, yaitu: dapat berwujud media komunikasi cetak dan non cetak, dapat verbal dan non verbal (Walgito, 2003: 75). Oleh karena itu, manusia sering menggunakan media untuk memudahkan pemahaman tentang isi pesan dalam komunikasi. Media tradisional, seperti: buku, majalah, radio, televisi (bahkan dalam media baru), keberadaan pengguna tidak hanya pasif menerima informasi tetapi juga aktif dalam memproduksi informasi (untuk menyampaikan isi pesan berbagai media kepada orang lain). Pengguna juga tidak hanya menerima satu informasi sesuai dengan apa yang diproduksi oleh institusi media yang terkadang juga memuat informasi yang tidak sesuai dengan keinginan pengguna, tetapi pengguna bisa memilah informasi apa saja yang diinginkan dan dari sumber yang jumlahnya bisa dikatakan tak terbatas. Juga menurut Monavich (2001:65), sebagai suatu *interfaces* komputer tidak hanya medium yang menghubungkan manusia maupun mesin dalam jaringan informasi di internet semata, tetapi sudah menjadi budaya yang mengatur bagaimana manusia melakukan koneksi dengan jaringan informasi atau berhubungan dengan beragam data di internet (Rulli, 2014: 80). Oleh karena itu, beragam media komunikasi berfungsi untuk membantu manusia saja, karena manusia tetap memiliki kebebasan untuk memilih dan memilah pemanfaatan media juga kecanggihan teknologi.

Menurut James dan Mimi bahwa aktivitas harian di Amerika Serikat: *“pertama-tama dibangun oleh monitor bayi yang menghubungkan kamar orang tua dengan anak-anak. Kemudian memanaskan sereal beras dalam microwave. Saat anak masih dalam books, James dan Mimi memulai olah raga ringan di depan TV dengan remote control pegang. Lalu keluar rumah menuju mobil, menurunkan pintu garasi dengan pembuka otomatis, kemudian ke mesin ATM mengambil uang tunai untuk belanja dan setelah*

kembali ke rumah maka memeriksa mesin perekam telepon lalu ke kamar kerja menggunakan komputer. Setelah berinteraksi dengan alat-alat tersebut, lalu berinteraksi dengan panggilan telepon jarak jauh, fotokopi, hasil cetakan, hard drive, program, modem, surat elektronik, disket, audio tape dan video tape dan sekali-kali dengan faks. Ketika bekerja lembur maka mendengarkan musik di radio, televisi. Di latar belakang, monitor bayi terus memberikan laporan tentang suara tidur bayi, suara yang menyertai ke tempat tidur setiap malam. Siklus tersebut, dengan tingkat sedikit variasi, dimulai lagi pada hari berikutnya” (Holmes, 2012: 4). Hampir semua aktivitas manusia dari bangun tidur sampai menjelang tidur menggunakan dan memanfaatkan kemudahan teknologi untuk aktivitas keseharian dan kemudahan berkomunikasi.

Manusia memiliki keinginan untuk berinteraksi dengan lingkungan, baik kepada sesama manusia maupun makhluk lain (hewan dan tumbuhan) untuk optimalisasi daya-daya. Selain interaksi, manusia juga memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan keunikan identitas (individu maupun sosial) sehingga memiliki perbedaan dengan manusia lain. Komunikasi yang dilakukan manusia dapat secara langsung maupun tidak langsung, baik menggunakan media tradisional maupun media modern. Setiap media memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing, namun hanya manusia yang cerdaslah yang mampu untuk meminimalisir dampak negatif dari semua media karena media hanya sebagai perantara manusia dalam memudahkan berkomunikasi antar manusia yang memiliki keunikan sebagai pribadi dan keunikan sosial dalam sebuah kelompok masyarakat.

Perbedaan antara identitas personal dan sosial terletak pada proses terbentuknya. Sementara identitas personal terbentuk dari interaksi sosial antara satu individu dengan individu lainnya (saya dan kamu) yang masing-masing pihak lebih menekankan ciri-ciri, atribut-atribut, dan kepentingan subjektif. Maka identitas sosial terbentuk dengan cara yang sebaliknya, yaitu kepentingan kelompok lah yang diutamakan sehingga hubungan yang terbangun mengambil bentuk antara (kami, kita, mereka). Identitas personal disusun oleh atribut-atribut yang lebih spesifik seperti cara-cara berhubungan dengan orang lain, karakteristik psikologis, kemampuan intelektual, selera pribadi dan lain-lain. Ciri-ciri personal tersebut umumnya lebih

merepresentasikan siapa diri individu yang sebenarnya, sehingga identitas personal berkontribusi lebih besar bagi terciptanya hubungan interpersonal yang intim dan tahan lama dengan individu lain ketimbang identitas sosial (Afif, 2015: 14). Karena identitas personal terbentuk sejak bayi ketika dikenalkan pertama kali oleh keluarga (khususnya orang tua), sedangkan identitas sosial terbentuk di usia kanak-kanak ketika kebutuhan sosial untuk berinteraksi dengan teman-teman bermain.

Pendekatan identitas sosial adalah fenomena perilaku antar kelompok yang tidak dapat dimaknai semata-mata sebagai ekspresi dari sifat-sifat personal tertentu, perbedaan-perbedaan individual, dan proses-proses interpersonal yang berlangsung dalam interaksi dari banyak individu. Penjelasan tradisional dinilai telah mereduksi bahkan mengabaikan peran berbagai gejala-gejala sosial kolektif dalam memengaruhi perilaku individu (Afif, 2015: 4). Melihat fenomena tersebut, manajemen kesan atau impression management dikembangkan Goffman untuk menggambarkan bahwa dalam penampilan diri seringkali individu ketika menjalani perannya di tengah masyarakat melakukan sesuatu untuk menampilkan kesan tergantung dari apa yang disebut Goffman sebagai, “setting” dan “audiences” bahwa ketika individu melakukan manajemen kesan, maka individu itu akan berlaku secara sadar maupun tidak menampilkan citra yang diinginkannya dan berharap orang lain akan terkesan dengan apa yang telah dilakukan itu (Goffman, 1959/1990:2). Lihatlah contoh di situs mencari jodoh atau pasangan hidup yang banyak di situs-situs online. Setiap akun anggota mencari jodoh selalu ada deskripsi pemilikinya, dan tentu saja deskripsi tentang pemilik itu dipenuhi dengan sosok yang ideal seperti ramah, penyayang, tidak suka marah, dan rajin ibadah. Tak ketinggalan, foto terbaik pun ikut dipasang-tentu saja foto itu sebelumnya dipilih dan ada yang diolah terlebih dahulu melalui perangkat lunak pengolah foto seperti photoshop (Rulli, 2014: 145). Keinginan untuk diterima lingkungan membuat manusia berlomba-lomba untuk berpenampilan yang berkesan bahkan mengikuti tuntutan zaman. Sehingga dibutuhkan kesadaran untuk memilih performance yang alami ataupun yang diupayakan “tidak alami”.

Perubahan besar-besaran yang ditempa oleh revolusi

industri telah secara tidak merata mengubah dunia berkembang telah merepresentasikan prasyarat penting bagi pembentukan populasi yang hidup dalam kondisi berjejal-jejalan, sementara pada saat yang sama itu juga dihubungkan oleh kerangka negara-negara. Skala peningkatan populasi di dalam negara modern digabungkan dengan migrasi orang dari wilayah pinggiran ke kota-kota telah menciptakan kepadatan metropolitan yang kondusif bagi pematangan atas apa yang disebut *massa society* (masyarakat massa). Dalam periode keruntuhan masyarakat tradisional yang ditandai dengan intensitas tinggi integrasi oleh agama, fragmentasi lewat urbanisasi atas kebijakan-kebijakan yang terbingkai secara nasional, pemisahan individu dari alat-alat produksi feodal, dan penciptaan tenaga kerja sebagai komoditas, secara kolektif memunculkan berbagai perspektif masifikasi atas masyarakat yang beragam dari kerangka massa/elite hingga kerangka liberal-pluralis (Holmes, 2012: 44). Kondisi tersebut akan memberikan peluang bagi manusia untuk cepat beradaptasi dengan perubahan yang benar-benar memberikan manfaat kebaikan bagi dirinya dan lingkungan. Dengan kemampuan berkomunikasi maka manusia dapat berdiskusi tentang perubahan di bidang revolusi industri adalah membantu kemudahan aktivitas manusia bukan untuk menghilangkan aspek-aspek kemanusiaan. Sehingga identitas personal dan identitas sosial tetap menjadi keunikan manusia dalam berkomunikasi, baik menggunakan media tradisional maupun media online.

B. Pembahasan

Pembahasan dalam bidang komunikasi (alat) dan berkomunikasi (manusia) saat ini adalah disibukkan tentang pemanfaatan media dan prestise, kelemahan dan kelebihan dari media tradisional atau media modern. Karena untuk mengikuti perubahan tuntutan zaman di era modern maka manusia berlomba-lomba “memaksa” untuk mengikuti media komunikasi modern *online*, padahal dalam ukuran jarak dan waktu sangat memungkinkan untuk berkomunikasi langsung secara *face to face*, sehingga isi atau pesan dari komunikasi cenderung diabaikan. Padahal tujuan utama berkomunikasi adalah karena manusia sebagai makhluk sosial untuk berinteraksi dengan lingkungan dan saling mengenal berkasih sayang

dalam memenuhi berbagai kebutuhan yang berjenjang. Tokoh yang membahas *hierarki needs* manusia adalah Maslow.

Abraham Maslow dalam bukunya *Motivation and Personality* mengatakan bahwa manusia memiliki lima kebutuhan, yaitu:

1. *Physiological needs* yaitu sandang, pangan, papan. Merupakan kebutuhan primer untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan biologis.
2. *Safety needs* yaitu kebutuhan akan keamanan jiwa dimana pun manusia berada, kebutuhan keamanan harta, perlakuan yang adil, pensiun, jaminan hari tua.
3. *Social needs* yaitu tampak pada kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain, kebutuhan untuk maju dan tidak gagal, kekuatan untuk berperan serta/berpartisipasi.
4. *Esteem needs* adalah semakin tinggi status maka semakin tinggi pula prestige yang dimanifestasikan dalam banyak hal, yaitu: tingkat komando, mobil mewah, kamar kerja yang full AC, dan lain-lain.
5. *Self actualization* tampak pada keinginan mengembangkan kapasitas mental dan kapasitas kerja melalui *on the job training, of the job training*, seminar, konferensi, pendidikan akademis dan lain-lain (Hefni, 2015: 62).

Di dalam pemenuhan semua kebutuhan tergantung pada kemampuan diri sendiri (identitas pribadi) serta dukungan kesempatan dari lingkungan dan penerimaan kerja sama dengan sesama (identitas sosial) dalam mengelola alam semesta. Sehingga manusia harus memanfaatkan kemampuan untuk komunikasi intra personal dan interpersonal dalam pemenuhan semua kebutuhan yang berjenjang, baik secara tradisional maupun pemanfaatan teknologi dalam keseharian.

Salah satu cerminan yang cukup menarik, dan mungkin juga cukup menggelitik dari pemanfaatan teknologi internet di Indonesia, dapat terbaca dari sumber data hasil penelitian ClearCommerce.com. Situs e-security (pengalaman elektronik) ini pada tahun 2000 hingga 2001 melakukan penelitian atas 40.000 ribu pelanggan. 1.137 merchant, dan 6 juta transaksi. Survei tersebut menyatakan bahwa dalam hal *fraud* atau *carder*, Indonesia menduduki peringkat kedua di dunia, di antara Ukraina dan Yugoslavia. Fraud atau Carder

adalah pelaku transaksi *online* di internet dengan menggunakan kartu kredit milik orang lain tanpa izin, alias mencuri. Data tersebut menjelaskan bahwa 20 persen transaksi kartu kredit dari Indonesia dilakukan oleh carder (di Amerika kurang dari satu persen). Data semacam ini menunjukkan bahwa internet kadang menjadi media yang disalahgunakan, yang biasanya disebabkan karena kurangnya kesiapan mental para penggunanya. Karena itu, pengarahan yang intensif, terencana, dan menyeluruh perlu sekali dilakukan agar fasilitas teknologi yang ada dapat benar-benar dimanfaatkan untuk kemajuan pendidikan dan peradaban (Asmani, 2011: 67), misalnya: bertukar pengalaman dan informasi, menambah keakraban keluarga dengan kesibukan masing-masing, untuk mendapatkan berbagai pengetahuan alam semesta, bijak dalam pemanfaatan kemajuan teknologi dalam keseharian, memahami keragaman budaya dan lain-lain.

Manusia diciptakan oleh Allah dengan berbagai macam latar belakang, baik bahasa, adat, suku, bangsa, dan agama. Maksud dari keragaman itu adalah agar manusia saling ta'aruf atau saling mengenal. Keragaman itu indah karena setiap manusia itu unik, setiap adat juga unik, setiap suku pasti ada keunikannya. Sehingga keharmonisan interaksi antar manusia ketika menghargai keunikan identitas personal dan identitas sosial. Fenomena keragaman dan tujuannya disebutkan Allah dalam QS. al-Hujurat, 49: 13, yang artinya: *"Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal"* (Hefni, 2015: 69). Dengan media tradisional majalah atau media modern *online* memungkinkan manusia saling mengenal antar manusia di seluruh dunia untuk menebarkan kebaikan serta memenuhi kebutuhan sosialnya dan "mengenalkan konsep diri personal" manusia.

John Turner menyebut konsep diri sebagai sistem yang relatif stabil dan mampu bertahan dari satu situasi ke situasi lain, bersifat koheren dan konsisten, sehingga dapat menimbulkan perasaan utuh pada individu (*sense of unity*). Meskipun demikian, struktur dan bagian-bagiannya dapat beroperasi secara independen. Dalam situasi

tertentu, bagian yang berbeda atau kombinasi dari bagian-bagian yang berbeda dapat bekerja dan menghasilkan *self image* yang berbeda pula. Hal tersebut memungkinkan pada situasi tertentu identitas sosial lebih menonjol dibanding identitas personal, terutama ketika manusia merasa bahwa *self image* yang muncul lebih karena manusia menjadi anggota dari kelompok sosial tertentu. Meskipun dalam situasi lain, manusia mungkin akan menonjolkan identitas personal ketimbang identitas sosial karena dalam situasi tertentu menghendaki *self image* yang lebih intim, personal, dan utuh yang lebih mewakili diri, kepentingan dan harapan sebagai individu yang berbeda dengan individu lain (Afif, 2015: 17). Namun, sebagai makhluk individu dan makhluk sosial, manusia membutuhkan *self concept* dan *self image* untuk mendapatkan kenyamanan dalam mengoptimalkan potensi kemampuan yang dimiliki, yaitu: biologis, psikologis, sosial, dan spiritual yang akan memberikan keunikan identitas manusia.

Wood dan Smith menyatakan bahwa identitas merupakan konstruksi kompleks bagi diri, dan secara sosial terkait dengan bagaimana manusia beranggapan terhadap diri sendiri dan bagaimana pula individu mengharapkan pandangan atau stigma orang lain terhadap diri pribadi dan bagaimana orang lain mempersepsikannya. Bahkan penggambaran diri atau *self performance* merupakan upaya individu untuk mengkonstruksi dirinya dalam konteks *online* melalui foto atau tulisan, sehingga lingkungan sosial mau menerima keberadaan dan memiliki persepsi yang sama dengan individu ini. Di internet pada dasarnya komunikasi dan/atau interaksi yang terjadi memakai medium teks, secara langsung hal ini akan memengaruhi bagaimana seseorang mengomunikasikan identitas dirinya di kehidupan virtual (*virtual life*) dan setiap teks menjadi semacam perwakilan dari setiap ikon diri dalam penampilan diri (Rulli, 2014: 144) ketika berinteraksi dengan sesama manusia untuk berbagi informasi atau untuk mengenalkan diri pada orang lain. Meskipun kehidupan virtual memungkinkan individu untuk menyembunyikan yang sebenarnya atau membatasi hanya pada hal-hal yang boleh diketahui oleh manusia di seluruh dunia. Karena manusia memiliki kepribadian (*personality*) yang memungkinkan manusia untuk persona (topeng), menampilkan peran sesuai kondisi lingkungan. Yang menjadikan manusia mampu beradaptasi di berbagai situasi untuk mengikuti beragam budaya

maupun kemajuan teknologi (hasil karya manusia).

Manusia hidup di dunia yang terfragmentasi di mana terdapat akses yang lebih luas terhadap ide-ide baru, tren dan perkembangan dari seluruh penjuru dunia, sementara di sisi lain teknologi telah mengarahkan keseimbangan kekuatan dari pemilik media kepada audiens dan konsumen. Saluran baru komunikasi seperti internet dan televisi digital memberikan makna bahwa audiens tidak lagi berada di tangan pembuat program televisi. Audiens saat ini dapat memilih kapan mendengarkan radio atau menonton televisi, dan memberikan efek atas jadwal program TV, dengan menghilangkan gagasan tradisional mengenai satu saluran. Situs jejaring sosial, blog dan kemampuan mengunduh program TV ke dalam komputer telah menguatkan posisi audiens (Butterick, 2013: 27). Hal tersebut menunjukkan kecerdasan manusia dalam memanfaatkan berbagai media komunikasi. Karena semakin mudahnya akses komunikasi manusia dengan adanya kemajuan teknologi di bidang teknologi komunikasi menuntut manusia untuk semakin cerdas di dalam komunikasi.

Komunikasi selalu terjadi dalam keadaan spesifik, ketika berinteraksi dengan orang lain, akan ada informasi yang diberikan kepada orang lain (begitu juga sebaliknya). Yang diperhatikan tidak hanya yang dibicarakan, namun juga informasi non verbal yang ditunjukkan. Misalnya: sikap atau gerak-geriknya selama bicara, ekspresi wajah, orientasi tubuh, nada bicara, jarak, kontak mata dan lain-lain. Semua hal tersebut tergolong dalam komunikasi non verbal, yaitu sebuah bentuk komunikasi yang dapat melengkapi informasi non verbal yang ditunjukkan oleh orang ketika berkomunikasi (Sarwono, 2014: 60) yang dapat diamati secara langsung ketika *face to face* maupun ketika menggunakan media *online* (meskipun ada peluang untuk menyembunyikan).

Di dalam interaksi tatap muka seseorang akan memahami gambaran identitas diri orang lain melalui gender, ras, pakaian, dan karakteristik non verbal lainnya. Namun beberapa karakteristik ini sangat sulit muncul dalam interaksi virtual, teknologi internet menawarkan fasilitas untuk menyembunyikan beberapa petunjuk atau karakteristik tertentu yang tidak ingin ditampilkan dan diketahui

oleh publik. Inilah yang dalam konsep Goffman mengumpamakan suatu panggung drama dimana ruang pertunjukan itu selalu ada tempat apa yang dikatakan sebagai “front-stage” (panggung depan) dan “back-stage” (panggung belakang). Di panggung belakang lah setiap pemain menyembunyikan atau memiliki identitas dirinya yang disebut sebagai “*personal identity*” atau identitas personal, sementara yang ditampilkan di atas panggung yakni identitas sosial atau “*social identity*” (Goffman 1968:29; Tom Burns, 1992: 88-89). Identitas ini terkadang sengaja dibangun oleh individu (Rulli, 2014: 145) untuk menyesuaikan dengan identitas sosial agar menjadi bagian dari suatu komunitas atau sebaliknya identitas sosial dapat mempengaruhi identitas personal karena terjalannya komunikasi yang intens.

Garis batas antara identitas sosial dengan identitas personal tidak dapat dibuat secara kaku dengan mempertimbangkan bahwa: (1) identitas terbentuk karena adanya kesediaan untuk mengidentifikasi diri, tidak selamanya dipaksakan, tidak terkecuali dalam konteks identitas sosial, (2) identitas sosial seringkali tercipta karena adanya dorongan personal, (3) cara orang dalam membangun identitas personalnya juga seringkali diturunkan dari sifat-sifat atau ciri-ciri kelompok yang dinaunginya, (4) identitas sosial bukanlah entitas tunggal dan bervariasi, sehingga setiap orang dimungkinkan memiliki identitas sosial lebih dari satu, dan (5) baik identitas personal maupun identitas sosial merupakan dua hal yang sama-sama menopang konsep diri seseorang (Afif, 2015: 21). Ketika terlibat dalam komunikasi, baik secara intrapersonal maupun interpersonal. Karena manusia memiliki kemampuan untuk meng “ada” secara aktif dengan berkomunikasi yang membedakan dengan “ada” nya (pasif) makhluk lain (hewan dan tumbuhan).

Komunikasi?. Komunikasi dapat dipahami dari berbagai sudut pandang, yaitu: berdasarkan kebutuhan manusia, ciri khas manusia, keutamaan manusia, dan tuntunan agama. Dari perspektif agama, secara gampang dapat dijawab bahwa Tuhanlah yang mengajarkan manusia berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada manusia. QS. ar-Rahman: 1-4, yang artinya: “*Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al Qur’an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara*”. Dan QS. al-Baqarah: 31-33, yang artinya: “*Dan Dia mengajarkan kepada*

Adam nama-nama benda seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para Malaikat, lalu berfirman: "Sebutkanlah kepada-Ku nama-nama benda itu jika kamu orang-orang yang benar!" Mereka menjawab: "Maha Suci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain dari apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; sesungguhnya Engkaulah Yang Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana". Allah berfirman: "Hai Adam, beritabukanlah kepada mereka nama benda-benda ini". Maka setelah diberitabukannya kepada mereka nama benda-benda itu, Allah berfirman: "Bukankah sudah Kukatakan kepadamu bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu labirkan dan yang kamu sembunyikan". Sehingga manusia yang memiliki keyakinan beragama dianjurkan untuk berkomunikasi agar mengenal nama-nama dan mengetahui rahasia-rahasia di alam semesta untuk keharmonisan semua makhluk ciptaan Allah Swt. Maka dengan komunikasi, manusia akan mengenal manusia lain untuk berkasih sayang juga untuk berpengetahuan.

Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson mengemukakan komunikasi mempunyai dua fungsi, yaitu: (1) untuk kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. (2) untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat (Mulyana, 2014: 5). Sehingga dengan berkomunikasi maka manusia dapat diketahui identitas pribadi dan identitas sosial yang memiliki keunikan masing-masing. Di dalam berkomunikasi, untuk memudahkannya dapat menggunakan berbagai media (baik tradisional maupun modern "*on-line*") sebagai bentuk reaksi terhadap kemajuan teknologi, yaitu: mulai majalah, radio, televisi, internet.

Komunikasi elektronik, yaitu: e-mail, jejaring sosial, blog secara fundamental telah mengubah dan membuka potensi komunikasi langsung dengan target audiens. Sebagaimana dipercayai oleh beberapa orang, terlalu dini mengatakan apakah surat kabar dan majalah tradisional akan digantikan oleh versi *online*. Peningkatan jumlah masyarakat (umumnya para pembaca muda) yang berbalik menggunakan media *online* dan bukan media cetak sebagai pilihan media berita, menjadikan media *online* beroperasi sepanjang 24 jam sehari. Yang menjadikan media *online* juga diperbarui secara reguler

dan tergantung pada aliran informasi yang kontinu (Butterick, 2013: 172). Namun, setiap manusia memiliki kebebasan untuk menggunakan media komunikasi, sehingga media tradisional maupun media modern memiliki audiens masing-masing. Bahkan sekelompok budaya dengan identitas sosial dapat disatukan oleh media komunikasi yang disukai dengan kesepakatan simbol-simbol.

Komunikasi memainkan peranan penting dalam pemahaman manusia terhadap budaya dan pengaruh budaya dalam perilaku manusia sehari-hari. Menurut Ernst Cassirer (1994), manusia adalah hewan *symbolicum*, yaitu makhluk yang memahami dan menggunakan simbol-simbol dalam kehidupan, yang membedakan manusia dari makhluk lain. Ada tiga macam simbol pada manusia, yaitu: konservatif (mitologi dan agama), relatif (bahasa), dan progresif (seni dan ilmu pengetahuan) yang berubah hampir setiap saat. Produk dari simbol progresif adalah teknologi informasi. Sedangkan bahasa sebagai simbol relatif harus berubah mengikuti perkembangan kehidupan manusia sehari-hari, tetapi perubahannya tidak boleh terlalu progresif sehingga tidak membingungkan manusia. Bahasa merupakan media komunikasi manusia (Sarwono, 2014: 60). Dengan berkomunikasi maka manusia mampu untuk saling mengenal dan memiliki kemampuan ilmu pengetahuan (menemukan teknologi atau mengolah sumber daya alam). Teknologi komunikasi yang ditemukan oleh manusia dapat digunakan untuk saling memahami manusia lainnya di seluruh dunia dalam satu kesempatan dengan menggunakan media *online* di layanan internet.

Penampilan diri secara online ditegaskan oleh Wood dan Smith sebagaimana individu menggunakan medium teknologi internet melalui teks yang mempresentasikan bagaimana gambaran individu dipersepsikan oleh individu lainnya. "*People's perceptions of the amount of telepresence in a given medium suggest that they are likely to consider how the messages they fashion through media are reflections on them*". (2005: 56-57). Hal inilah yang menjadi aspek penting identitas bagi Wood dan Smith tentang bagaimana individu menampilkan dirinya terhadap individu lain. Bahwa perkembangan teknologi internet memberikan perbedaan interaksi di mana individu bisa menyembunyikan informasi identitasnya dan menampilkan aspek karakteristik non verbal mana saja yang diinginkan olehnya. Hal ini ditegaskan

oleh Cuttler (1996), bahwa untuk mengetahui identitas orang lain berdasarkan seberapa banyak identitas itu diungkap (*self-disclosure*) untuk diketahui individu lainnya. Bahkan di internet memberikan fasilitas untuk memungkinkan individu memilih menjadi siapa saja dan bisa berbagai diri atau “*multiple roles*” (Rulli, 2014: 148). Sehingga dibutuhkan kesadaran penuh untuk menampilkan diri yang nyata ataupun yang ditampilkan di dunia maya. Karena kondisi berbagai diri dapat memungkinkan timbulnya gangguan mental, yaitu: *multiple personality*. Yang disebabkan oleh rasa nyaman (secara tidak sadar) ketika berganti-ganti peran di dunia nyata dan dunia maya.

Bagi Shirley Turkle, “*in...computer-mediated worlds, the self is multiple, fluid and constituted in interaction with machine connections; it is made and transformed by language*”. (1995:15) salah satu alasan mengapa individu memilih identitas mereka yang berbeda di internet, karena identitas mereka di dunia nyata tidaklah bisa mendapatkan tempat dalam kehidupan sosial mereka (dalam Wood and Smith, 2004:59). Gambaran diri ini bagi Wood dan Smith dimungkinkan karena interaksi yang terjadi di *online* berdasarkan pada teks (Rulli, 2014: 148). Identitas di dunia nyata dipengaruhi oleh banyak faktor, yaitu: kebiasaan yang sudah diteladankan sejak kecil, aturan berbagai norma sosial dan agama yang mengikat, ketegasan sanksi terhadap penyimpangan, serta budaya yang melekat. Oleh karena itu, dengan adanya komunikasi *online*, memberikan peluang bagi para pengguna untuk berganti-ganti imajinasi dengan identitas yang diinginkan dan bisa diterima oleh seluruh dunia.

Pengguna blog percaya bahwa blog merupakan alat komunikasi yang dapat berhubungan lebih langsung dengan target audiens, dibanding saluran tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Weblog atau blog ditulis oleh blogger yang mencatat pemikiran atas peristiwa setiap hari berupa berita, produk yang dibeli, perusahaan tempat berlangganan dan lain-lain. hal tersebut mirip seperti cara seseorang berbicara dengan teman-teman mengenai pengalaman yang baik maupun yang buruk. Bahkan sejumlah besar blog juga digunakan oleh para blogger untuk mendeskripsikan peristiwa yang terjadi dalam kehidupan, seperti: berita keluarga atau peristiwa-peristiwa sosial yang mungkin hanya diminati oleh teman dan keluarga. Sehingga tidak semua blog ditulis oleh anggota

masyarakat (Butterick, 2013: 27) karena setiap media modern memiliki komunitas tersendiri, yang biasanya tergabung karena kesamaan hobi dan kesenangan, namun biasanya bersifat sementara (tergantung kepentingan). Berbeda terikatnya seseorang dengan sebuah komunitas karena kesamaan ideologi maupun kebudayaan.

Media modern memberikan kesempatan berkomunikasi pada setiap individu untuk mengenali individu lainnya menggunakan teks dan bukan pada karakteristik non verbal seperti ras, gender, bentuk wajah, warna kulit, dan pakaian yang dikenakan seperti dalam komunikasi tatap muka (Rulli, 2014: 148). Kondisi tersebut yang membawa perubahan individu dalam berkomunikasi di lingkungan sosial, karena komunikasi yang terjalin tidak secara langsung sehingga memungkinkan adanya ketidakaslian kepribadian atau menampilkan sesuai dengan kelompok sosial. Namun perlu dipahami bahwa kelompok sosial dalam dunia nyata dan dunia maya pun memiliki berbagai aturan untuk dapat menjadi bagian “identitas sosial”.

Proses identitas sosial individu dibentuk oleh faktor kelompok dan faktor individu sekaligus. Ada dua model yang dapat digunakan untuk menjelaskan berlangsungnya proses tersebut, yaitu melalui induksi (*bottom up*) yang menekankan dari sudut pandang individu dan deduksi (*top down*) yang menekankan fungsi kelompok. Dilihat dari metode yang digunakan, identitas sosial terbentuk melalui komunikasi dan tindakan antar individu dan kelompok. Sementara dilihat dari proses yang melatarinya, identitas sosial selalu terbentuk dalam konteks yang mensyaratkan adanya kebutuhan untuk mengupayakan konsensus dan kebutuhan terhadap pembentukan identitas bersama. Jika tidak ada konsensus dan kebutuhan terhadap identitas bersama diantara individu-individu dalam kelompok maka mustahil akan terbentuk sebuah identitas sosial. bahkan jika pun identitas kelompok itu sudah ada, namun tanpa adanya kesepahaman diantara anggota kelompok untuk merawat identitas tersebut maka mustahil pula identitas tersebut menonjol atau setidaknya mampu bertahan dalam interaksi sosial (Afif, 2015: 35) yang memunculkan komunikasi massa. Komunikasi massa sebagaimana dikatakan Bittner yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat dalam Psikologi Komunikasi adalah “*message communicated through a mass medium to a large number of people* (pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang)”.

Sedangkan pakar lain, Gerbner menyatakan “*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuo flow of messages in industrial societies* (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri). Dan ada empat tanda pokok komunikasi massa, yaitu:

1. Bersifat tidak langsung artinya melewati media teknis.
2. Bersifat satu arah artinya tidak ada interaksi antara peserta komunikasi.
3. Bersifat terbuka artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.
4. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Berdasarkan pemahaman tersebut maka komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media yang bisa menjangkau massa dalam skala luas. Media tradisional (surat kabar, majalah, film, radio, televisi) dan media modern (internet) yang digunakan dalam komunikasi massa (Hefni, 2015: 224). Oleh karena itu, dengan internet maka komunikasi massa atau antar individu dapat menjangkau seluruh dunia dalam waktu yang sangat singkat.

Istilah massa audiens ditujukan pada audiens yang memiliki sifat pasif dan mengonsumsi apapun yang dilihat, dengar dan baca dengan sedikit atau bahkan sama sekali tidak mempunyai kritik terhadap apapun yang diterima dari media. Terdapat implikasi bahwa audiens semacam itu mungkin dapat dengan mudah dimanipulasi oleh pemilik media. Meskipun demikian, situasi itu hanya terjadi pada masa 1950-an dan saat ini keadaan sudah sangat berubah. Audiens modern jauh lebih memahami tentang apa yang coba dikomunikasikan oleh iklan. Audiens lebih aktif dan memilah-milah media yang dikonsumsi. Sementara itu, perkembangan teknologi berlangsung begitu cepat dan konsumen harus bekerja keras untuk mengikuti perkembangan terbaru teknologi komunikasi berbasis telepon genggam, TV, internet dan komputer (Butterick, 2013: 27). Oleh karena itu, kemajuan teknologi komunikasi menjadikan manusia dengan mudah dapat saling bertukar informasi pengetahuan serta berteman dengan siapa pun dari seluruh penjuru dunia. Sehingga

dibutuhkan kemampuan individu untuk memfilter keragaman budaya yang sesuai dengan norma yang telah ada pada identitas personal.

Shirley Turkle dalam bukunya *The Second Self: Computers and the Human Spirit* (1984) dan *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet* (1995) menyatakan, bahwa internet telah menghubungkan miliaran individu dari belahan Bumi mana pun dalam ruang baru yang berimplikasi pada cara khalayak berpikir selama ini tentang seksualitas, bentuk dari komunitas, dan bahkan identitas diri. Di ruang siber sangat berbeda dari kenyataan di mana individu akan menemukan dunia baru termasuk identitas, baik yang esensial maupun non-esensial. Bahkan dalam kondisi yang lebih ekstrem, identitas menjadi palsu, tersamarkan, dan individu menjadi individu lain di layar komputer melalui MUDs (Rulli, 2014: 145). Hal tersebut dilakukan oleh manusia untuk beradaptasi antar manusia dan budaya serta norma yang diakui. Dengan kemampuan berkomunikasi, baik komunikasi langsung atau tidak langsung, memanfaatkan media komunikasi modern “*on line*” ataupun tradisional, menjadikan manusia adalah makhluk yang senantiasa meng-ada untuk berkembang pengetahuan dan kebudayaannya mengikuti perubahan zaman. Namun manusia yang bijaksana dapat mengkomunikasikan tuntutan zaman dengan kondisi identitas personal bukan untuk menghilangkan, karena identitas personal dan identitas sosial memiliki keunikan dalam setiap aktivitas komunikasi.

Manusia sebagai makhluk sosial selalu membutuhkan hubungan atau komunikasi dengan manusia lain dengan berbagai alasan, yaitu: dorongan ingin tahu, dorongan ingin mengaktualisasikan diri, saling belajar bertukar pengalaman, ingin berbagi kasih sayang dan lain-lain. Dengan komunikasi seseorang dapat menyampaikan informasi, ide ataupun pemikiran, pengetahuan, konsep dan lain-lain kepada orang lain secara timbal balik, baik sebagai penyampai maupun sebagai penerima komunikasi. Sehingga dengan kemampuan berkomunikasi, maka manusia terus berkembang dan dapat melangsungkan kehidupan bermasyarakat (Walgito, 2003: 75). Sehingga komunikasi menjadi ciri khas pada manusia, baik menggunakan media komunikasi tradisional yang tetap memiliki komunitas audiens maupun media komunikasi *online* seperti di era modern saat ini yang menjadikan komunikasi semakin mudah, tidak terhalang oleh waktu dan jarak karena adanya teknologi canggih.

Di era internet saat ini, ketika berbicara tentang interaksi antar manusia, khalayak berpartisipasi dengan orang lain dari seluruh dunia, orang-orang yang terlibat dalam percakapan setiap waktu, bahkan terhadap orang yang secara relasi kita intim dengan mereka, namun orang-orang ini sangat mungkin tidak pernah bertemu secara fisik. Turkle melihat komputer tidak dalam konteks peralatan (*tool*), tetapi sebagai bagian dari kehidupan sosial dan psikologis yang memengaruhi kesadaran khalayak. Komputer tidak hanya mengatalisasi cara hidup, tetapi juga pada cara berfikir; yang dalam publikasi terakhir Turkle (2011) memperkenalkan term “*alone together*” sebagai realitas kebutuhan individu kepada perangkat teknologi dibandingkan dengan menyandarkan kebutuhan, misalnya interaksi dengan individu lain. Tesis Turkle ini menjadi diskursus yang panjang dalam mengaji identitas *online* (apakah menempati posisi setelah identitas personal dan identitas sosial), bahkan majalah *The New Yorker* pada edisi Juli 1993 memublikasikan karikatur Peter Steiner yang menggambarkan bagaimana sebenarnya identitas itu bermain-main di dunia siber (Rulli, 2014: 146) dengan identitas berbagai diri. Dan kekhawatiran tentang ketidakmampuan manusia secara sadar dalam menempatkan identitas nyata dan identitas maya, juga terasingnya manusia sosial dengan lingkungan karena merasa “cukup” berinteraksi di media komunikasi *online*. Kejelasan sanksi dalam dunia sosial yang nyata memberikan beban bagi manusia sehingga menikmati kehidupan sosial dalam dunia maya, yang tidak memiliki ikatan dan sanksi permanen. Kondisi tersebut memunculkan kompetisi industri telekomunikasi.

Ledakan eksponensial dalam jejaring CIT (teknologi komunikasi dan informasi) telah pada tingkat fenomenologis yang menggeser orientasi sebagian besar dari manusia untuk harus menolak ke tingkat yang dapat mengubah perasaan manusia tentang *other* alias pihak lain. Saat hubungan *face to face* (tatap muka) telah digantikan oleh bubungan *interface* (antar muka) dengan terminal-terminal teknologi berupa komunikasi, perangkat elektronik memperoleh kehidupan mereka sendiri. Sherry Turkley berpendapat tentang layar komputer sebagai *second self* atau diri yang kedua. Saat yang non manusia mungkin bersaing dengan manusia, para individu semakin menemukan bahwa mereka adalah bagian dari konteks *objectualized*

alias diobjekkan. Sejumlah studi yang telah dilakukan menunjukkan derajat tinggi keterikatan terhadap media dan teknologi komunikasi, apakah berupa kebutuhan masyarakat untuk memiliki pesawat televisi, kondisi nyaris putus asa yang banyak dihadapi pengguna internet dalam men-*download e-mail*, atau individu-individu yang menemukan rasa aman dengan memiliki ponsel bahkan meski manusia jarang-jarang menggunakan (Holmes, 2012: 4). Kondisi pemanfaatan teknologi yang berlebihan hampir di seluruh aspek kehidupan akan menjadikan robot-robot manusia bahkan jika tidak dikendalikan akan menghilangkan unsur kejiwaan manusia.

Tuntutan zaman dan iptek yang semakin berkembang merupakan salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat mengalami perubahan sikap yang cepat dan *cross culture* yang sangat mudah. Meskipun teknologi diciptakan oleh manusia untuk membantu memudahkan pekerjaan dan interaksi manusia (memberikan manfaat), namun di sisi lain juga terdapat berbagai kelemahan ketika manusia tidak pandai dalam memilih penggunaan iptek yang efektif dan efisien serta sesuai dengan norma. Ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu membawa perubahan yang sangat besar dan luar biasa bagi tatanan kehidupan manusia, mulai dari cara berpikir, bersikap dan bertingkah laku (Puteh, 2006: 131), diantaranya adalah pemanfaatan teknologi komunikasi dalam siber. Berdasar konteks budaya siber, tesis Goffman ini dikembangkan oleh Andrew Wood DAN Matthew Smith (2005:52-57) yang juga membahas bagaimana identitas (individu dan sosial) itu berlaku di internet dengan komunitas yang tidak berinteraksi secara langsung namun memiliki motif yang hampir sama yang memunculkan kelompok sosial meskipun juga akan rawan menimbulkan konflik sosial.

Di dalam perspektif teori identitas sosial, ancaman-ancaman yang sering mengemuka karena semakin menguatnya antagonisme antar kelompok secara teoritik dapat diatasi dengan cara menyatukan faksi-faksi yang berkonflik ke dalam kelompok tunggal yang lebih lunak agar perilaku-perilaku konfliktual dapat ditransformasikan menjadi perilaku-perilaku yang berorientasi pada harmoni dan perdamaian. Namun upaya-upaya rekategorisasi atau membangun identitas baru yang dapat mengakomodir perbedaan kelompok, seringkali sulit

dicapai karena kelekatan anggota-anggota kelompok yang berbeda terhadap kelompok asalnya terlalu kuat dan telah mengakar secara ideologis maupun kultural. Sehingga ada jenis identitas sosial yang mudah disatukan dan ada yang sulit bahkan sama sekali tidak bisa. Namun identitas sosial yang dibangun dari kelekatan ideologis dan kultural biasanya lebih sulit disatukan dibanding dengan identitas sosial yang dibangun dari adanya kepentingan yang bersifat sementara atau artifisial. Misalnya, orang-orang yang semua tergabung dalam ikatan alumnus sekolah atau organisasi hobi tiba-tiba tergoda untuk mengembangkan sikap saling bermusuhan ketika terjadi konflik sosial yang melibatkan identitas primordial, seperti: identitas agama, etnis, suku. Secara umum orang akan mementingkan identitas sosial yang bersifat sinambung, stabil, kuat ketimbang identitas sosial yang bersifat artifisial atau bentukan. Karena identitas sosial primordial memberikan perlindungan, rasa aman dan kepemilikan dibanding yang identitas artifisial, dan sampai titik tertentu juga telah menjadi penopang bagi identitas personalnya (Afif, 2015: 42). Oleh karena itu, dengan akal budi yang dimiliki manusia diharapkan mampu untuk tetap selektif di dalam penggunaan teknologi komunikasi serta menjadi bagian audiens yang memberikan kenyamanan identitas personal dan identitas sosial. Agar terwujudlah keunikan dari masing-masing identitas untuk saling menghargai keragamannya dalam berkomunikasi dengan berbagai media.

Learning the Electronic Life yang ditulis membahas *cyberspace* seiring revolusi internet pada tahun 1990-an, James Schwach dan Mimi White menggambarkan aktivitas sehari-hari keluarga Amerika, yang mana sejumlah kecil penghentian untuk mengagumi betapa cepat dan tak terpikirkan beberapa aspek dari teknologi telekomunikasi berbasis spektrum elektromagnetik dan berbagai jaringan telekomunikasi berbasis telpon menjadi bagian dari pengalaman hidup manusia sehari-hari. Orang yang hidup dalam *information society* tidak hanya bertemu dan menggunakan teknologi-teknologi informasi dan komunikasi melainkan cara tindakan semakin dibingkai oleh teknologi. Berbagai teknologi komunikasi interaktif telah menjadi begitu berarti dalam kehidupan sehari-hari (Holmes, 2012: 4), namun yang terpenting adalah tetap terjaganya eksistensi manusia yang ada dan meng-ada. Karena teknologi hanyalah sebuah alat untuk memudahkan aktivitas

manusia, dan memiliki pilihan untuk menggunakan atau tidak. Manusia adalah makhluk yang bebas dan bertanggung jawab serta memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan seluruh kemampuan dalam membentuk identitas (personal dan sosial).

Teori identitas sosial merupakan sebuah analisis psikologi sosial mengenai proses pembentukan konsep diri dalam konteks keanggotaan di dalam kelompok, proses-proses yang berlangsung dalam kelompok, dan hubungan-hubungan yang terjadi antarkelompok. Pendekatan ini secara eksplisit dibentuk oleh keyakinan bahwa perilaku kolektif tidak dapat dipahami dan dijelaskan semata-mata dengan merujuk pada proses-proses yang terjadi di level individu atau interaksi antar individu, melainkan lebih ditentukan oleh seperangkat nilai, aturan, atribut, atau pola perilaku yang berkembang serta terbagikan secara kolektif dalam sebuah kelompok. Dalam perspektif ini, perilaku individu tidak lagi ditentukan oleh pilihan bebasnya sebagai agen yang berdiri sendiri, melainkan muncul dari identifikasi diri sebagai bagian dari kelompok yang menaunginya. Dengan demikian, identitas sosial adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuannya selama berada di dalam kelompok secara sengaja menginternalisasikan nilai-nilai, turut berpartisipasi, serta mengembangkan rasa peduli dan kebanggaan terhadap kelompoknya (Afif, 2015: 2). Karena dalam berinteraksi dengan senantiasa berkomunikasi yang menunjukkan keunikan identitas pribadi maupun sosial, manusia harus mewujudkan empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gordon. Keempat fungsi komunikasi, yaitu: komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental, (yang tidak saling meniadakan).

1. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa penting membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi maka manusia bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama dan terciptanya kerukunan atau keharmonisan sosial.

2. Komunikasi ekspresi dapat dilakukan sendirian ataupun kelompok. Tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) manusia yang dilakukan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun terutama lewat nonverbal. Sehingga komunikasi ekspresi dibutuhkan untuk memberikan kesan antara pemberi dan penerima pesan.
3. Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, hingga upacara perkawinan. Manusia yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual menegaskan kembali komitmennya kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, ataupun agamanya meskipun praktiknya sesuai dengan kebiasaannya masing-masing.
4. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga menghibur. Sehingga tujuannya adalah membujuk (bersifat persuasif) dalam arti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui (Mulyana, 2014: 33).

Keempat fungsi tersebut dapat dilakukan manusia dalam aktivitas komunikasi, baik menggunakan media tradisional maupun media *online* sesuai dengan identitas yang ingin ditampilkan.

Terkait dengan identitas, Wood dan Smith menyodorkan tiga tipe identitas dalam berinteraksi di internet, yakni *real-life identity*, *pseudonymity*, dan *anonymity* (2004: 63-67). Identitas pertama menunjukkan siapa sebenarnya individu itu. Pada *pseudonymity*, identitas asli mulai kabur dan bahkan menjadi palsu, meski dalam beberapa hal ada representasi yang bisa menunjukkan identitas asli seseorang. Terakhir, *anonymity* atau anonim merupakan bentuk baru

identitas yang benar-benar terpisah dan tidak bisa dirujuk kepada siapa identitas itu dimiliki. Sedangkan Jordan membagi tingkatan identitas yang ada di ruang siber menjadi tiga elemen dasar kekuatan individu di dunia siber, yaitu *identity fluidity*, *renovated hierarchies*, dan *information as reality* (1999: 62-87). *Identity fluidity* bermakna suatu proses pembentukan identitas secara *online* atau *virtual*, dan identitas yang terbentuk ini tidaklah mesti sama atau mendekati dengan identitasnya di dunia nyata (*offline identities*). Adapun *renovated hierarchies* yaitu proses dimana hierarki yang terjadi di dunia nyata (*offline hierarchies*) direka bentuk kembali menjadi *online hierarchies*. Bahkan dalam praktiknya Tim Jordan mendefinisikan istilah ini dengan *anti-hierarchical*. Hasil akhir dari *identity fluidity* dan *renovated hierarchies* inilah yang selanjutnya menjadi *informational space*, yakni informasi yang menggambarkan realitas yang hanya berlaku di dunia virtual. Narasi berikut dari Stone dalam bukunya *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age* (sebagaimana dikutip Tim Jordan, 1999: 63-65) menjelaskan bagaimana ketiga istilah ini bisa berlaku di dunia siber (Rulli, 2014: 145). Sehingga manusia dengan kecerdasannya mampu untuk berbagai peran secara sadar. Agar pemanfaatan media modern bukan menghilangkan kesadaran manusia tetapi semakin memberikan peluang manusia untuk beradaptasi dengan berbagai identitas.

Kenyataan membuktikan bahwa identitas individu di media siber yaitu individu yang memiliki dua kemungkinan, yakni bisa jadi sama atau bisa jadi berbeda identitas secara *offline*. Tidak hanya itu, individu tidak hanya memiliki satu identitas semata, tetapi bisa memiliki identitas yang beragam dengan karakteristik yang berbeda-beda pula di media siber (Stone, 1999: 83). Bahwa dalam ruang siber siapa pun tidak bisa memastikan bahwa identitas individu yang terbaca dalam teks online yaitu identitas atau penggambaran seutuhnya dalam kehidupan yang nyata. Selanjutnya Stone menggaris bawahi bahwa perkembangan teknologi memungkinkan terjadinya interaksi komunikasi antar-individu dari belahan dunia manapun, namun komunikasi itu hanya terbatas oleh teks (Rulli, 2014: 147) karena interaksi yang tidak langsung dan tidak melibatkan bahasa non verbal, meskipun juga akan mempengaruhi terbentuknya identitas sosial.

Menurut Tajfel dan Turner bahwa pendekatan identitas sosial dalam menjelaskan perilaku antar kelompok seperti kategorisasi sosial, etnosentrisme, perbandingan sosial, dan hubungan antar kelompok dalam satu perspektif yang padu dan kokoh. Dengan demikian pendekatan identitas sosial, perilaku individu dalam konteks hubungan antar kelompok lebih dilihat sebagai fungsi dari proses identifikasi diri terhadap sistem kepercayaan yang berkembang dikelompoknya, sehingga cara manusia menampilkan diri di depan manusia lain tidak lagi dapat dilihat sebagai representasi dari personalitasnya semata, melainkan representasi dari identitas kelompoknya (Afif, 2015: 5). Oleh karena itu, dalam berinteraksi dengan kemampuan komunikasi personal maupun kemampuan sosial akan saling mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung. Namun yang perlu dipahami bahwa komunikasi yang terjalin baik menggunakan media tradisional maupun *online* adalah untuk menebarkan kemanfaatan saling mengenal dan berkasih sayang kepada sesama manusia.

Diantara manfaat ta'aruf adalah agar hubungan nasab tidak terputus dan agar ikatan kekeluargaan menguat yang akan berdampak positif pada kehidupan manusia. Menurut ajaran Islam, ta'aruf tidak sekadar untuk menghubungkan antar manusia tetapi juga bertujuan untuk menebarkan nilai positif kepada setiap orang yang berkenalan. Makna dari kalimat *inna akramakum 'indallahi atqakum* (sesungguhnya orang yang mulia diantara kalian adalah orang yang paling bertakwa diantara kalian) mengisyaratkan bahwa ta'aruf seorang Muslim dengan orang lain seharusnya membawa dampak positif (nilai-nilai takwa) bagi orang-orang yang ada disekitarnya. Kebutuhan manusia untuk berkomunikasi dengan sesama terwujud dalam berbagai aktivitas. Diantara yang sangat dianjurkan dalam Islam adalah menggencarkan silaturahmi. Berdasarkan prinsip ini, maka menjadi kewajiban media Islam baik cetak maupun elektronik (tradisional maupun modern) untuk memproduksi siaran berita atau informasi pengetahuan yang membuat manusia mencintai nilai-nilai ketakwaan (Hefni, 2015: 69) dan motivasi untuk berbuat kebaikan di lingkungan (sesama manusia, hewan dan tumbuhan) serta mengelola dengan tanggung jawab isi alam semesta untuk melaksanakan amanah sebagai khalifatullah.

C. Penutup

Manusia memiliki kelebihan dibanding makhluk lain (hewan dan tumbuhan) karena manusia memiliki akal budi dan kemampuan berkomunikasi. Yang menjadikan manusia mampu untuk senantiasa berkembang ilmu pengetahuannya dan menemukan berbagai teknologi untuk memudahkan aktivitas kehidupannya, misalnya dalam teknologi komunikasi adanya media tradisional (majalah, radio, televisi) dan media modern (komputer, internet, *online*, *blog*, *virtual* dan lain-lain). Dengan teknologi komunikasi, maka manusia dapat berinteraksi dengan manusia di seluruh penjuru dunia yang telah memiliki identitas personal dan akan mempengaruhi terbentuknya identitas sosial. Keragaman identitas menuntut kemampuan adaptasi manusia untuk berkomunikasi secara sadar dengan memahami fungsi komunikasi adalah untuk saling mengenal “berkasih sayang” dan melakukan kebaikan untuk mewujudkan kebutuhan interaksi sosial yang harmonis dan berdiskusi dalam memecahkan permasalahan. Sehingga komunikasi antar manusia di seluruh dunia, baik menggunakan media tradisional maupun *online* adalah untuk saling menghargai keragaman identitas yang artifisial maupun permanen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Afthonul, *Teori Identitas Sosial*, Yogyakarta: UII Press, 2015. Asmani, Jamal Ma'mur, *Tips Efektif pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Dunia Pendidikan*, Yogyakarta: DIVA Press, 2011.
- Butterick, Keith, *Pengantar Public Relation: Teori dan Praktek*, (Terj: Nurul Hasfi), Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013. Hefni, Harjani, *Komunikasi Islam*, Jakarta: Prenadamedia, 2015. Holmes, David, *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi (Suatu Pengantar)*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Nasrullah, Rulli, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Puteh, M. Jakfar, *Dakwah Era Globalisasi*, Yogyakarta: AK. Group, 2006.
- Sarwono, Sarlito W, *Psikologi Lintas Budaya*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.
- Walgito, Bimo, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: Andi Offset, 2003.