

Cyber Kartini: Aktivitas Pendidik Perempuan di Media Sosial

Citra Rosalyn Anwar

Universitas Negeri Makassar. Email: chitra_ungu@yahoo.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Cyber space, social media, women, Facebook, Whatsapp, and Kartini.

How to cite:

Anwar, Citra Rosalyn. (2018). Cyber Kartini: Aktivitas Pendidik Perempuan di Media Sosial. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 3(1), 72-94.

ABSTRACT

The existence of Indonesia women through media has been pioneered by R.A Kartini who is known for her ability in voicing her opinions and thoughts into her writing ability through letters. These letters in the present transformed into social media that became the medium of self-actualization of women. This Article focuses on how women educators in Makassar activity in the Facebook and Whatsapp. The study indicates that there are two main reasons why Facebook and Whatsapp are the preferred informative social media in this research, both of which are the most popular (because they are mostly used by one's networking) and practical social media (because people can be easily found and to be found through these two social media and because of the facilities of these social media, they can share (like photos, documents, videos, etc.), and interact in various forms (such as video call, online games, etc.). Facebook and Whatsapp are used to connect each other, as the source of information, as an online shopping venue, a place hobby channeling, as well as a space to share moments. Their activities on Facebook and Whatsapp can be classified into silent readers, commentators, broadcasters, promoters, and owners of the stage. In fact, social media users are inversely proportional to the ability to understand Facebook and Whatsapp as 'private spaces' rather than as 'public spaces' where content are shared openly.

Copyright © 2018 ETNOSIA. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Terlepas dari pro-kontra sosok R.A. Kartini sebagai simbol perjuangan perempuan Indonesia, Artikel ini lebih memahami kartini sebagai perempuan yang perjuangannya berpusat pada kemampuannya menulis, harapan, keinginan, pikiran, kisahnya, dan pemahamannya yang dikirimkan kepada kawan-kawannya. Kemampuan literasi Kartini tak diragukan meskipun masih bersifat pribadi. Bila dikaitkan dengan masa sekarang, kemampuan Kartini di lihat sebagai Blogger bahkan Vlogger karena buku juga bereinkarnasi kedalam

gawaii. Inilah benang merah pada artikel ini, RA Kartini adalah simbol perempuan yang memiliki tingkat literasi yang mumpuni pada zamannya.

Cyber Kartini dalam konteks inidimaknai sebagai perempuan Indonesia yang bergelut di dunia maya, era perempuan bergawaii. Istilah *Flat earth* pun menjadi populer menggambarkan dunia seolah-olah hanya ada di layar datar *smartphone* (gawaii). Budaya *ngobrol*, *neksis*, foto, berdagang dan menulis tersalurkan oleh banyaknya wadah *chatroom*, seperti Whatsapp, Line, Telegram, Path, Facebook, Twitter, Instagram, bahkan Whatsapp memiliki beberapa grup. Bayangkan berapa banyak perempuan mengekspresikan dirinya melalui komentar, status, foto, obrolan hingga *like* dan *share*.

Cyber kartini adalah istilah yang digunakan dalam artikel ini untuk menggambarkan perempuan di dunia maya, bukan hanya mereka yang mengukir prestasi, namun juga fenomena banyaknya kasus yang melibatkan perempuan dalam kaitan dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat UU ITE), seperti Prita, Ervani, Florence, Yusniar. Ini belum termasuk perempuan yang tidak terjerat UU ITE namun menjadi korban dari internet, terutama media sosial, seperti Dinda yang curhat di Path-nya, ataupun Firza Husain yang foto-foto dan *chat* pribadinya disebarluaskan tanpa izinnya. Terlepas dari kesalahan yang mereka lakukan, mereka adalah 'korban dunia maya', dan mereka adalah Kartini di dunia maya yang menulis, tapi tanpa pemahaman tentang privasi di ruang publik bernama dunia maya (*cyber space*).

Berbagai fenomena bermunculan mengiringi semakin populernya jejaring komunikasi internet, termasuk media sosial sejak mulai diperkenalkan, baik berupa surat elektronik (*surel/email*, grup *surel(email group)*), Friendster, Myspace, Facebook, Twitter, Youtube, Whassaap, Line, dll. yang perkembangannya amat cepat dan luas. Kominfo dalam keterangan persnya yang dirilis oleh kompas.com mengungkapkan, bahwa 95% pengguna internet menggunakannya untuk mengakses media sosial, dimana Facebook menempati urutan pertama dengan 65 juta pengguna aktif. Ini menjadikan Indonesia sebagai pengguna keempat terbesar di dunia setelah USA, Brazil dan India.¹

Jika dulu televisi pernah menjadi penyebab 'berbagai kerusakan'. Kini posisinya tergeser oleh internet, khususnya media sosial. Kecepatan perkembangan tidak berbanding lurus dengan kemampuan literasi hal tersebut sejalan dengan data yang diajukan oleh MAFINDO (Masyarakat anti Fitnah

¹ <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>, diakses tanggal 19 Februari 2018.

dan Hoax Indoensia) yang menunjukkan Indonesia berada di peringkat 60 dari 61 negara dalam hal literasi digital (Nugroho 2018).

Artikel ini berfokus pada fenomena media sosial di kalangan perempuan pendidik di Makassar dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan bagian dari keseharian perempuan pendidik di Makassar, baik sebagai individu, berkelompok, untuk keperluan bersenang-senang, bekerja, maupun berbagai aktivitas lain. Media sosial difungsikan sebagai wadah berbagi, eksistensi diri, hingga pekerjaan. Kenapa perempuan? Jika merujuk pada data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII 2017), meskipun persentase pengguna laki-laki sedikit lebih besar (51,43%) dibandingkan perempuan (48,57%), namun perempuan pengguna media sosial justru lebih menonjol, baik sebagai subjek maupun objek. Selain itu, menurut Helpiastuti (2015), perempuan gemar bersosialisasi, diantaranya berbagi informasi, baik di antara sesama perempuan, maupun dengan lawan jenis.

Khalayak di era media interaktif dapat menjadi konsumen sekaligus produsen dari informasi (Van Dijk 2006:8-9). Dunia maya merupakan dunia dimana seolah-olah ada ruang—ruang maya—yang tidak nyata, tapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak (Gibson dalam Nasrullah2014:18), dan kondisi ini diistilahkannya sebagai *consensual hallucination* (halusinasi konsensual)(Gibson dalam Bell2001:23). Hubungan antar individu di ruang maya bukanlah sekedar hubungan yang *substanceless hallucination* (halusinasi tanpa substansi) semata karena pada dasar hubungan itu terjadi secara nyata, memiliki arti dan berdampak/berlanjut pada kehidupan yang sesungguhnya (Nasrullah 2014:19).

Sejumlah studi mengkaji dari sisi bagaimana orang menggunakan dan merespon media sosial. Temuan Dahniar (2013) menunjukkan bahwa perempuan ‘memainkan identitas’ melalui media sosial, baik berupa profil, teks, status serta gambar diri yang ditampilkan sesuai dengan identitas yang diinginkan dan menjadi konsumsi pengguna lain. Alimuddin dkk. (2014) secara spesifik melihat bagaimana pengguna media sosial perempuan membuat status atau pembaruan status. Temuan mereka menunjukkan bahwa perempuan cenderung merespon dengan menggunakan kata-kata bijak, alay, lelucon, kerinduan, kekesalan terhadap sesuatu, informasi politik, atau kegiatan yang dilakukan pada saat itu. Sementara respon *like* digunakan untuk hal-hal yang terkait curhatan teman, informasi tempat yang menarik, foto-foto, info film, dan lelucon. Ini memberikan makna yang bervariasi bagi masing-masing pengguna media sosial. Dalam kaitan dengan ini Maryani dan Arifin (2012)

mengklasifikasi keberagaman makna dari keberadaan media sosial, yaitu: sebagai sarana untuk eksistensi diri, sarana berbagi (*sharing*), sarana yang memberikan kebebasan dan melepaskan nara sumber dari ikatan nilai atau norma budaya, dan sarana dialogis.

Artikel ini berfokus pada bagaimana perempuan pendidik bermedia sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sesi dalam artikel ini diawali dengan mendiskusikan bagaimana Kartni-Kartini masa kini Indonesia dalam kaitan dengan penggunaan media sosial. Ini diikuti dengan mengeksaminasi kenapa Facebook dan Whatsapp menjadi media pilihan dalam bermedia sosial. Pembahasan dilanjutkan dengan mengeksaminasi apa saja aktivitas yang dilakukan dalam media sosial. Sesi berikutnya mengeksplorasi tentang bagaimana 'panggung' media sosial digunakan. Pembahasan berakhir dengan mendiskusikan bagaimana media sosial dianggap sebagai ruang pribadi penggunanya.

2. Metode Penelitian

Penelitian berlangsung antara bulan November 2017 dan Februari 2018 di dunia maya (*cyberspace*) yang melibatkan dosen perempuan di Makassar dengan mengamati aktivitasnya di media sosial yaitu Facebook dan Whatsapp. Facebook dipilih sebab pada observasi awal ditemukan bahwa Facebook adalah media sosial yang paling banyak di gunakan. Selain itu, umumnya informan membuat *link* postingan antara Facebook dan media sosial lain, seperti Instagram, Path dan Twitter juga muncul secara otomatis di Facebook. Whatsaapp menjadi ruang obrolan yang paling populer, dibandingkan Line, Kakaotalk dan Telegram sesuai dengan data pada bulan Januari 2017 yang dirilis oleh *comscore* (29 Maret 2017), Whatsapp berada di urutan kedua setelah Google Play, yaitu 35,8 juta pengguna di Indonesia, yang memosisikan Whatsaap sebagai ruang obrolan (*chat room*) paling populer, dibanding ruang obrolan lainnya, mengingat Google Play bukan aplikasi obrolan.²

Mereka yang terlibat dalam penelitian ini adalah empat orang perempuan pendidik pengguna media sosial dengan tergabung dalam grup Whatsapp (yang paling sedikit menjadi anggota aktif pada lima grup Whatsapp) dan jaringan pertemanan Facebook, yang dijadikan sebagai studi kasus dalam penggunaan media sosial. Mereka bervariasi berdasarkan pendidikan (tiga orang berpendidikan doktor dan seorang berpendidikan magister). Dua diantaranya adalah kepala laboratorium, seorang ketua program studi, dan seorang dosen perempuan yang tidak menduduki jabatan tertentu.

² <https://id.techinasia.com/comscore-whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>, diakses tanggal 19 Februari 2018.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengombinasikan antara pengamatan (*observation*) dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Observasi dilakukan untuk mengamati isi percakapan dalam media sosial, baik berupa unggahan (*post*), komentar (*comment*), maupun suka (*like*). Sementarawawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang topik-topiknya mencakup alasan penggunaan media sosial, apa yang dikomentari dan bagaimana berkomentar di media sosial, apa yang dibagikan (*share*) atau disukai (*like*), berapa waktu yang dihabiskan dalam bermedia sosial. Wawancara dilakukan secara *face to face* (ngobrol) maupun melalui pesan personal (*personal message*)/ pesan langsung (*direct message*) (*chatting*).

Proses analisis diawali dengan menyimak data hasil observasi dari isi percakapan di Whatsapp dan Facebook, serta hasil wawancara. Ini kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang muncul, yakni dunia maya, alasan memilih Facebook dan Whatsapp, aktivitas di media sosial, dan pemahaman tentang media sosial.

Observasi yang dilakukan di Whatsapp dan Facebook dilakukan tanpa persetujuan orang-orang yang terlibat di dalamnya mengingat kegiatan tersebut adalah kegiatan di ruang publik dan saya sebagai penelitian adalah anggota dari grup Whatsapp dan pengguna Facebook. Untuk wawancara, informan dijelaskan terlebih dahulu tentang maksud dan tujuan penelitian, hak dan kewajiban Informan. Atas permintaan informan, maka semua nama yang digunakan adalah nama samaran (*pseudonym*) untuk menjaga kerahasiaan informasi dan identitas informan.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

- **Kartini dan Media Sosial**

Perempuan pengguna internet di Indonesia tidak terbatas oleh geografis, kota besar saja sebaran penggunaannya sudah meluas tergantung pada jaringan internet karenanya teknologi informasi memungkinkan para perempuan melakukan pekerjaan dan berbagai aktivitas di mana pun. Hal ini diungkapkan oleh Betty Alishahbana pada acara Kartini Next Generation Award 2013 di Jakarta, yang merupakan penghargaan untuk perempuan Indonesia yang memanfaatkan teknologi komunikasi dan informatika untuk memberdayakan diri dan berdampak bagi lingkungan mereka (Helpiastuti2016:3).

Ini menguatkan bagaimana penggambaran sosok Kartini sebagai tokoh literasi di Indonesia, artikel ini memposisikan perempuan sebagai Kartini yang paling banyak memanfaatkan internet terutama media sosial, lebih dari setengah

pengguna internet di Indonesia berjenis kelamin perempuan. Secara keseluruhan jumlahnya mencapai 51% atau lebih dari setengah jumlah yang ada. Data yang di paparkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII 2017), persentase pengguna laki-laki sedikit lebih besar (51,43%) dibandingkan perempuan (48,57%), namun perempuan pengguna media sosial justru lebih menonjol, baik sebagai subjek maupun objek. Selain itu, menurut Heliastuti (2015), perempuan gemar bersosialisasi, diantaranya berbagi informasi, baik di antara sesama perempuan, maupun dengan lawan jenis terutama melalui media sosial, menunjukkan bahwa perempuan kemudian berekspressi melalui Facebook (jaringan pertemanan paling banyak digunakan) dan Whatsapp (sebagai ruang aplikasi ruang obrolan nomor satu) Keduanya menjadi ruang paling populer untuk berekspres. Wahyudianto (2011;6-7) menggambarkan perempuan menjadikan media sosial sebagai ajang aktualisasi diri, dengan begitu giat dalam menunjukkan ekspresinya dalam dunia virtual, mulai dari hal yang remeh hingga hal yang serius, baik dalam menanggapi berita yang ada di sekitarnya, hingga isu internasional melalui akun media sosialnya. Hal tersebut sejalan dengan apa yang di kemukakan oleh Turkle (dalam Nasrullah 2015:20) menggambarkan media sosial sebagai dunia tempat 'memainkan diri', Perempuan di era teknologi informasi semakin mudah berekspres dan menampilkan dirinya melalui media sosial.

Namun, perempuan di media sosial menjadi sosok yang rentan karena selain sebagai subjek juga sebagai objek. Misalnya, penyebaran foto-foto pribadi Firza Husein tahun 2017. Firza awalnya ditangkap dengan tuduhan makar. Selanjutnya berkembang menjadi kasus pornografi karena beredarnya foto-foto pribadinya melalui Whatsapp pribadinya, yang pertama kali diedarkan oleh akun anonim (akun anonymous tersebut menyebarkan melalui website baladacintarizieq, yang sampai saat ini belum terlacak siapa pelaku dibalik akun tersebut). Polisi mengakui mengalami kesulitan mengungkapkan siapa penyebar foto tersebut.³ Lelang perempuan dan kawin kontrak adalah kasus lain yang muncul pada bulan September 2017. Dalam rilis pers Kementerian PPPA, program yang diluncurkan oleh Partai Ponsel ini dimaksudkan untuk mengentaskan warga dari kemiskinan dengan melelang perawan kepada kaum berduit atau *nikah siri* bagi janda. Jadi perawan atau janda tapi miskin yang memerlukan penghasilan hingga ratusan juta rupiah bisa mengikuti program tersebut. Dalam kontrak bisa diatur waktu kontraknya (harian, mingguan ataupun bulanan sesuai kemampuan finansial calon mempelai laki-laki).⁴ Aplikasi ini di buka oleh nikahsirri.com yang memiliki lima layanan utama,

³ <https://www.viva.co.id/berita/metro/916440-ip-penyebar-foto-tanpa-busana-firza-husein-anonymous>, diakses 11 Desember 2017.

⁴ <https://news.detik.com/berita/d-3654503/muncul-situs-lelang-perawan-kawin-kontrak-menteri-yohana-mengancam> (diakses Desember 2017)

yakni mencari istri, mencari suami, mencari penghulu, mencari saksi, dan yang paling kontroversial adalah lelang perawan (lihat **Gambar 1**).



Gambar 1. Situs nikahsirri.com

Pada bulan Februari 2018 Makassar di hebohkan oleh tiga mahasiswi tingkat akhir yang membuat video tentang kesiapan untuk menikah, video tersebut kemudian viral melalui Whatsapp (lihat **Gambar 2**). Video ini menjadi viral karena dibuat dan disebarakan oleh mahasiswa tingkat akhir. Ini menjadi contoh bagaimana perempuan yang berpendidikan secara sadar menjadikan dirinya sebagai subjek perbincangan di dunia maya. Tanggapan yang diterima mulai dari yang menganggap hal tersebut sebagai bercandaan saja, ada yang menanggapi serius sebagai hal yang memalukan, terutama terhadap perempuan dan institusi. Universitas sendiri tidak memberikan tanggapan yang serius, namun ada peringatan terhadap mahasiswi dan program studi masing-masing karena membawa nama institusi dimana mereka bersekolah.



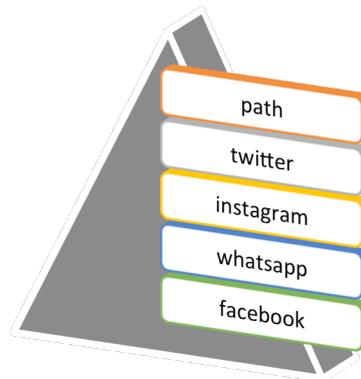
Gambar 2. Video mahasiswi minta dilamar

Fasilitas gawai memberi ruang pada perempuan untuk 'naik panggung' (panggung media sosial). Berfoto ataupun membuat video atau status kemudian mengunggahnya di media sosial dipahami sebagai akun pribadi karena dibuat melalui email pribadi dan atas nama pribadi. Begitupun dengan Whatsapp, karena menggunakan nomor *handphone*, email dan perangkat

pribadi, maka apapun yang diposting di Whatsapp dianggap postingan pribadi dan dikonsumsi secara pribadi pula.

- **Kenapa Facebook dan Whatsapp?**

Facebook menjadi media sosial yang menawarkan jaringan pertemanan yang paling populer di Indonesia, bahkan di seluruh dunia. Hingga Januari 2018, jumlah pengguna Facebook dari Indonesia mencapai 130 juta akun dengan persentase enam persen dari keseluruhan pengguna, dan menduduki peringkat ke empat dunia.⁵ Twitter, Path, Instagram, masih terkalahkan oleh Facebook lihat **Gambar 3**). Adapun *Whatsapp* berdasarkan data bukan Januari 2017 yang dirilis oleh *comscore* (29 Maret 2017), *Whatsapp* berada di urutan kedua setelah Google Play, yaitu 35,8 juta pengguna di Indonesia.⁶ *Whatsapp* menawarkan ruang obrolan, baik secara pribadi maupun berkelompok, memungkinkan pertukaran data, gambar, *link*, video hingga dokumen. Ini berbeda dengan Google Play, yang merupakan layanan toko onlen yang menyediakan berbagai aplikasi untuk diunduh, baik secara gratis maupun secara berbayar agar dapat digunakan di gawai, terutama yang handphone android berbasis aplikasi, seperti *Whatsapp*, Facebook, Musik, Game, hingga Kitab suci tersedia di Google Play.



Gambar 3. Media sosial terbanyak digunakan oleh informan

Session ini akan mendiskusikan kenapa orang memilih Facebook dan Whatsapp sebagai media sosial yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ada dua alasan yang dikemukakan kenapa Facebook dan Whatsapp menjadi media sosial pilihan informan dalam penelitian ini, yakni popularitas dan kepraktisan.

⁵<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>, diakses tanggal 19 Februari 2018.

⁶<https://id.techinasia.com/comscore-whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>, diakses tanggal 19 Februari 2018.

Popularitas Facebook dan Whatsapp menjadi alasan utama kenapa keduanya menjadi media sosial pilihan. Ini karena Facebook dan Whatsapp merupakan media sosial yang paling banyak digunakan di lingkungan pergaulan informan, baik lingkungan keluarga, pertemanan, hingga lingkungan pekerjaan.

Ibu Laila (45 tahun), misalnya, mengungkapkan bahwa meskipun ia juga menggunakan Instagram, namun Facebook dan Whatsapp menjadi pilihan utamanya karena merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh rekan kerja, keluarga, teman, hingga mahasiswanya. Di Instagram Ibu Laila kurang aktif karena di lingkungannya yang menggunakan Instagram tidak sebanyak yang menggunakan Whatsapp dan Facebook. Ini sejalan dengan penjelasan Ibu Maya (45 tahun) bahwa dua media sosial tersebut karena banyak digunakan oleh orang-orang di lingkungan pertemanan, keluarga dan pekerjaan, sehingga ia merasa telah cukup untuk memenuhi kebutuhannya dalam bersosialisasi dan beraktivitas di dunia maya.

Hal serupa tak sama diungkapkan oleh Ibu Firna (43 tahun), yang memilih Facebook karena teman-teman dan keluarga lebih banyak di Facebook, akun lain yang dimilikinya adalah Instagram dan Path, tapi ia kurang aktif di dua media sosial ini, dan kedua media sosial itu pun ada karena dibuatkan oleh anaknya. Ini agar mereka bisa berteman di kedua akun media sosial tersebut. Selain memiliki grup pertemanan di antara teman-temannya, ia juga memiliki grup yang anggotanya hanya keluarga intinya (suami dan anak-anaknya). Menurutny, lebih mudah berkomunikasi dengan anggota keluarganya di Whatsapp ketimbang berkomunikasi langsung dan menekankan bahwa anak-anaknya lebih rileks berkomunikasi dengannya melalui media sosial dibandingkan jika berkomunikasi secara tatap muka. Ibu Firna, suami dan anak-anaknya sama-sama sibuk (satu sekolah di kota lain dan seorang lagi masih SMP), sehingga mereka jarang bertemu. Jikapun bertemu di rumah masing-masing masuk ke kamarnya. Anak-anak ibu Firna segan jika berbicara langsung dengannya yang cenderung ekspresif, tapi jika berbicara melalui media sosial anak-anaknya cenderung lebih mudah berkomunikasi. Bila ada masalah dan dibicarakan di grup Whatsapp keluarga intinya, Ibu Firna yang cenderung panikan, bisa lebih mudah mengatasi emosinya. Ini menunjukkan bahwa cara komunikasi yang kaku antara anak dan orang tua justru lebih 'cair' jika dilakukan melalui media sosial.

Kepraktisan adalah alasan lain yang dikemukakan kenapa Facebook dan Whatsapp menjadi pilihan. Ini karena melalui kedua media sosial ini lebih

mudah 'menemukan dan ditemukan' oleh teman-teman, komunitas, hingga lingkup kerja, mengingat begitu populernya Facebook dan Whatsapp.

Ibu Firna (43 tahun), misalnya, menggunakan Facebook dan Whatsapp selain karena populer, juga karena penggunaan Whatsapp lebih praktis. Orang dapat dengan mudah mengirimkan gambar, video, dokumen, bahkan video call dibandingkan dengan penyampai pesan lainnya. Pada pengalaman Ibu Firna, ia mulai dengan menggunakan Facebook, kemudian ia melanjutkan interaksi yang lebih luas dengan menggunakan Whatsapp. Facebook dan Whatsapp juga praktis karena mudah menemukan komunitas, kelompok, pertemanan, keluarga, dll. Bergabung di Facebook, kemudian menjadi lebih praktis untuk berinteraksi dan bersosialisasi, yang lebih akrab, karena kemudian biasanya dilanjutkan di Whatsapp. Salah satu aplikasi yang biasa di gunakan oleh Ibu Laila (45 tahun), di Facebook adalah Tag Lokasi, sehingga Ibu Laila bisa mengetahui keberadaan dan berkomunikasi dengan teman atau keluarga, terutama ketika mereka tidak dapat dihubungi melalui Whatsapp atau menelfonnya secara langsung.

- **Facebook dan Whatsapp: Untuk Apa?**

Pada dasarnya Facebook dan Whatsapp digunakan untuk beragam tujuan, yakni: sebagai ajang silaturahmi, sumber informasi terkait pekerjaan, wadah berbelanja onlen, wadah penyaluran hobi, dan wadah berbagi momen.

Ibu Layla (45 tahun) mengemukakan, bahwa Facebook adalah media sosial dimana orang dapat dengan mudah ditemukan. Dari Facebook orang berlanjut ke Whatsapp. Baginya, ini penting mengingat silaturahmi tersambung antar teman sekolah, teman pergaulan, keluarga, teman kerja, bahkan mendapatkan teman-teman baru. Jadi mereka yang telah lama tidak saling bertemu, kemudian dipertemukan di dunia sosial. Ini dipertegas oleh Ibu Jessica (45 tahun) yang menyatakan Facebook mempertemukannya dengan teman-teman semasa sekolah, organisasi hingga kuliah, pertemanan tersebutlah yang kemudian dilanjutkan dalam wadah grup Whatsapp. Tidaklah mengherankan jika reuni 'menjamur' karena media sosial mempertemukan mereka.

Facebook dan Whatsapp juga sebagai sumber informasi terkait pekerjaan. Ikut dalam *page* profesi karena Dikti atau asosiasi dosenpun memiliki *Page* di Facebook, sehingga mudah bagi mereka untuk mendapatkan informasi terkait pekerjaan, kebijakan, konferensi, jurnal, dll. Sedangkan Whatsapp kemudian menjadi penyambungaktivitas yang lebih luas di Facebook karena grup-grup Whatsapp yang dimiliki memang grup pekerjaan, termasuk grup kelas. Facebook juga digunakan untuk urusan pekerjaan, sehingga konten postingan

di halaman Facebook, selain postingan bersifat pribadi (misalnya menghadiri seminar, menjadi pembicara, ataupun perjalanan-perjalanan pribadi, dll.), isinya juga terkait dengan aktivitas pekerjaan (kuliah, rapat, dll.).

Keempat informan mengikuti *page* dari Dikti, kampus asal (tempat mereka sekolah), kampus (tempat mereka mengabdikan), serta beberapa *page* yang berkaitan dengan profesi mereka. Ibu Firna (43 tahun) mengungkapkan bahwa ia berteman dengan Dikti di Facebook, itu cukup membantu terutama jika ada kebijakan, atau ada informasi terkait pekerjaan dari Facebook. ilka tertarik, maka ia menelusurinya ke Website Dikti, atau di bawa ke ruang diskusi di grup internal di Whatsapp. Ibu Maya (45 tahun) menyatakan berteman dengan *page* kampus asalnya karena informasi mengenai konferensi, peluang penelitian, dll. dibagikan di situ, sehingga ia tidak ketinggalan informasi.

Facebook dan Whatsapp juga banyak dimanfaatkan untuk belanja secara onlen. Aplikasi perdagangan onlen, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, bertebaran di Facebook. Banyak di antara dosen perempuan yang memiliki bisnis sampingan yang dijalankan secara onlen, mulai dari bisnis industri rumahan (seperti makanan, minuman, perhiasan, dll.), hingga bisnis marketing (seperti kosmetik, asuransi, produk kesehatan, biro perjalanan, dll.). Namun, keempat informan dalam penelitian ini bertindak sebagai konsumen ketimbang sebagai produsen. Mereka juga merasa bahwa belanja secara onlen lebih mudah ketimbang belanja secara langsung karena selain menghemat waktu dan tenaga (tidak harus pergi), juga menghemat biaya (terkadang harga lebih murah, tidak ada biaya parkir, dll.).

Ibu Laila (45 tahun) bahkan memanfaatkan akun Instagramnya untuk berteman dengan toko onlen yang banyak di Instagram. Sementara di Facebook, biasanya hanya melihat-lihat saja bila ada yang tertarik baru di lanjutkan di Whatsapp, sedangkan teman-teman sesama dosen biasanya menawarkan jualan mereka di grup. Ibu Firna (43 tahun) menjelaskan bahwa ada temannya di grup dosen yang biasanya menjual kue kering hingga beras, sehingga cukup membantu karena berbelanja onlen baginya juga berkaitan dengan kepercayaan. Jika penjualnya tidak dikenal dia menjadi ragu untuk berbelanja secara onlen.

Facebook juga dijadikan sebagai wadah penyaluran hobi atau kesenangan, seperti bermain *game* onlen, mencoba aplikasi, fotografi (memotret atau dipotret), menjadi anggota komunitas (pencinta drama Korea, film india, klub memasak, *blogger*, pencinta buku, kedaerahan, hingga komunitas pencinta merek tertentu). Akun Facebook biasanya terkoneksi dengan media sosial lainnya, seperti Instagram, Whatsapp, dll. Jika Facebook dijadikan media

promosi komunitas atau kesenangan mereka, maka Whatsapp menjadi wadah untuk 'pertemuan' para anggota komunitas yang dibentuk di Facebook. Ibu Laila (45 tahun) mengungkapkan bahwa:

Saya *follow* komunitas anti *hoax*, sama komunitas *blogger*, yaah untuk sarana informasi buat saya karena banyak *hoax* sekarang. Kalau *blogger* karena suka saja baca opini-opini para *blogger* yang kebetulan isinya ibu-ibu semua, lebih suka daripada baca-baca itu *link* yang banyak di Facebook.

Ibu Firna (43 tahun) sendiri bergabung di beragam komunitas, mulai dari komunitas fotografi(walaupun dia tidak serius belajar fotografi), komunitas merek produk tertentu (baik barang baru maupun bekas pakai), hingga komunitas perawatan diri (terkait cara perawatan dan produk terbaru). Menurutny menjadi anggota dari komunitas diluar kampus cukup menyenangkan, selain tidak serius, juga berkaitan dengan hal-hal menyenangkan, dan ini membantu anggota komunitas untuk belajar, memperoleh barang yang digemari, merawat diri, dll.

Facebook dan Whatsapp juga digunakan sebagai wadah berbagi momen. Sekarang orang jarang mencetak foto, ketika ada momen, orang venderung membaginya di media-media sosial, sehingga media sosial sekaligus berfungsi sebagai album foto agar tidak hilang. Ibu Layla (45 tahun), misalnya, biasanya membagikan foto-foto di Facebook, keduanya beranggapan foto-foto tersebut menjadi pengganti album foto di jaman dulu. Dengan berbagi di Facebook, maka teman-teman yang ada di dalam foto juga sekaligus bisa melihatnya (dengan cara *tagging*).

Ibu Firna (43 tahun) lebih suka membagikan foto-foto di akun instagramnya, itu juga lebih banyak foto-foto liburan, kumpul keluarga, ataupun aktivitas profesi, dengan alasan untuk menyimpan kenangan karena sudah tidak memiliki album foto konvensional lagi. Untuk Facebook ibu Firna menjelaskannya sebagai berikut:

Saya biasanya bikin status sendiri, memang kadang-kadang kaya curhat...hahahaha. Tapi ndak polos biasanya pakai kalimat yang lucu-lucu, atau saya bagikan statusnya orang, atau quotes-quotes begitu, aplikasi-aplikasi, *game*, kuis ndak pernah sama sekali, karena memang nda suka. Kalau foto lebih banyak di Instagram, dan Path karena rasanya lebih privat disitu teman saya batasi sekali. Facebook lebih jeneral jadi lebih jaim...hahahaha... kalau Whatsapp yaa seperlunya saja, kecuali grup pertemanan yang sangat dekat ya, lepas sekali...nda ada jaim-jaimnya...hahaha.

Ibu Firna menganggap tidak nyaman membagikan hal-hal yang bersifat pribadi, ke grup Whatsapp yang isinya sangat heterogen dan biasanya jarang bertegur sapa, tapi dia memiliki grup Whatsapp yang berisikan teman-teman terdekatnya, di grup tersebut mereka tidak sungkan berbagi hal-hal seperti masakan, aktivitas, kegiatan anak-anak, dengan bahasa yang santai dan penuh canda, hal yang tidak di tampilkan di grup Whatsapp lain ataupun Facebook. Tapi keinginan untuk mengabadikan momen kebersamaan dan foto, di lakukannya di Instagram, karena pada akun instagram diapun sangat membatasi pertemanannya.

Sedangkan Ibu Laila (45 Tahun) mengungkapkan bahwa ia lebih suka mengunggah foto, terutama di Facebook, sementara Whatsapp tidak sebanyak unggahan foto di Facebook. Mengunggah foto juga dilakukan, baik itu foto sendiri (*selfie*) ataupun foto aktivitas individu maupun kelompok, yang biasanya disertai keterangan foto (*caption*). Ibu Jessica (45 Tahun) menjelaskan kesukaannya membagikan foto-foto di Whatsapp, baik foto kegiatan bersama dalam grup Whatsapp maupun foto pribadi. Ibu Maya (45 tahun) menyatakan bahwa ia juga suka berbagi foto, baik foto *selfie*, foto keluarga, foto kegiatan, tanaman, masakan yang di bagikan orang lain, di grup Whatsapp maupun di akun Facebooknya.

- **Panggung Media Sosial**

Media sosial terutama Facebook sebagai 'ruang pribadi', sebab dibuat atas nama pribadi, sehingga pemiliknya menganggap bahwa 'ruang' tersebut adalah area otoritasnya. Sementara grup Whatsapp pun seringkali dianggap sebagai 'ruang tertutup' karena anggotanya terbatas pada orang-orang yang menjadi anggota dari grup tersebut. Whatsapp saat ini membatasi member groupnya paling banyak 256 orang, dibandingkan dengan Facebook menjadi ruang yang lebih kecil, apalagi mengingat orang tidak dapat begitu saja masuk ke dalam grup Whatsapp tanpa izin dari admin (pengelola).

Pengajuan permintaan pertemanan berbeda dengan Facebook. Hal tersebut menjadi alasan kenapa anggota grup bebas mengirimkan dan mengomentari apa saja tanpa pemikiran heterogenitas grup, tujuan grup dibuat, ataupun kepentingan anggota lainnya. Ibu Jessica (45 tahun), menyatakan kesukaannya berbagi foto ataupun komentar di grup Whatsapp karena menganggap semua yang di grup adalah temannya.

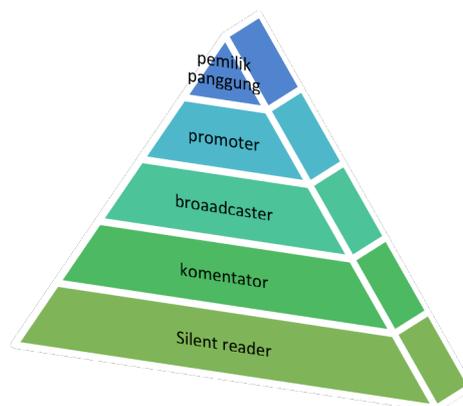
Semua informan dalam penelitian ini mengaku memiliki minimal 10 grup Whatsapp. Ibu Layla (45 Tahun), memiliki grup alumni (SMA, S1, S2, dan S3),

arisan Dharma Wanita, grup dosen (universitas, fakultas, program studi, asosiasi, penelitian, perempuan, dll.). Begitupun dengan Ibu Firna (43 tahun), menurutnya tiap kelas per angkatan dia memiliki grup sendiri, sehingga jika memiliki empat kelas, maka ada empat group Whatsapp, ini belum termasuk grup-grup lainnya. Ibu Firna menyatakan:

Untuk Mahasiswa saja, saya punya grup di setiap kelas perangkatan kan ada grupnya, ada grup anak bimbingan, ada grup penelitian, macam-macam lah, untuk grup dosen lain lagi ada sekitar lima grup untuk dosen saja, untuk asosiasi tiga, untuk sahabat ada empat, belum keluarga, pokoknya banyaklah, saya ndak tahu hahaha...., ada grup yang memberinya aktif terus, tapi yang saya sendiri aktif ya ndak banyak...paling aktif ya di grup keluarga, grup riset dan grup sahabat.

Ibu Maya (45 tahun), ia tidak tahu persis berapa banyak grup Whatsapnya. Aktivitasnya kebanyakan di kampus, sehingga ia menjadi anggota grup dosen, kampus, fakultas, dll. Jika dirangking satu persatu, meskipun ia aktif di semua grup dimana ia menjadi anggota, namun ia paling aktif di grup dosen. Meskipun Ibu Jessica (45 Tahun) menjadi bagian dari banyak grup, tapi ia paling aktif di grup keluarga dan dosen. Sementara di Facebook, ia lebih suka memberi komentardi status orang lain, dan lebih suka mengunggah foto ketimbang status.

Jika dikelompokkan, anggota grup Facebook dan Whatsapp, maka Facebook umumnya memiliki jumlah anggota yang lebih besar dibandingkan grup Whatsapp. Berbeda dengan Facebook, maka lebih mudah mengelompokkan aktivitas di grup Whatsapp, dengan kapasitas anggota yang dimilikinya. Informan dalam penelitian ini memiliki tipe yang berbeda, yang dapat diklasifikasikan dalam lima kategori, yaitu: *silent reader*, komentator, *broadcaster*, promoter, dan pemilik panggung, sebagaimana digambarkan pada **Gambar 5** berikut ini.



Gambar 5. Tipe anggota grup Whatsapp

Silent reader adalah mereka yang hanya menjadi anggota, membaca postingan, melihat gambar, tapi jarang berkomentar atau bereaksi. Ibu Firna (43 tahun) termasuk yang paling jarang berkomentar dan lebih suka menjadi *silent reader* karena biasanya obrolan di grup jika tidak selalu dicek, maka akan bertumpuk, sehingga ia menjadi malas melihat ke atas (*scroll up*). Ibu Firna juga memilih-milih kapan berkomentar ataupun bereaksi terhadap postingan di grup. Misalnya, ketika ada yang berulang tahun, berbela sungkawa ataupun ucapan selamat lainnya. Kecuali untuk Grup yang isinya adalah sahabat terdekat, maka Ibu Firna mengaku sangat aktif karena mereka adalah orang-orang terdekatnya, sehingga ia merasa lebih santai untuk berkomentar meski komentarnya juga terbatas.

Kategori berikutnya adalah komentator, sesuai dengan namanya kemunculan di grup paling sering mengomentari apa yang sudah dibagikan oleh anggota lainnya. Komentar paling banyak, seperti 'mantap', 'teruskan', 'luar biasa', ataupun berupa simbol dengan menggunakan jempol, sebagai symbol yang paling populer. Ada juga yang memang senang memberikan komentar terhadap postingan yang memancing obrolan panjang, bahkan tidak jarang terjadi perdebatan. Ibu Jessica (45 tahun) dan Ibu Maya (45 tahun) adalah tipe pengguna Facebook dan Whatsapp yang masuk kategori komentator karena ia seringkali memberikan komentar baik di kolom komentar Facebook, maupun di grup Whatsapp dengan alasan bahwa postingan menarik perhatian, menghargai yang membagikan ataupun ingin meramaikan percakapan saja.

Tipe berikutnya adalah *broadcaster* adalah kelompok yang suka sekali membagikan *link*, gambar, video, foto, dll., baik itu informasi kesehatan, agama, motivasi, makanan, inspirational quotes, hingga gambar/video/foto untuk lucu-lucuan. Tipe inilah yang sangat rawan menjadi sumber *hoax* jika sumber postingan tidak jelas. Ibu Jessica (45 tahun), misalnya, yang seringkali membagi-bagikan foto-foto lucu, atau berita-berita, seperti telur palsu, beras palsu, bulan mengelilingi ka'bah. Ia bertolak pada prinsip 'berbagi informasi', baik berupa gambar/video/foto, maupun berita untuk diketahui orang lain, kebenaran berita tidak menjadi perhatiannya.

Hal serupa tapi tak sama dilakukan oleh Ibu Maya (45 tahun) yang seringkali membagikan *link* video/foto kecelakaan, video yang viral (walaupun belum terverifikasi), dengan alasan bahwa *link*/video/foto tersebut telah terlebih dahulu viral di grup lain, sehingga ia merasa ia bukan orang pertama yang menyebarkannya, *link*/video/foto telah menjadi milik publik (lihat **Gambar 6**).



Gambar 6. Salah satu *linkyang* dibagikan di grup dosen

Pandangan Ibu Jessica maupun Ibu Maya memberikan gambaran tentang mudahnya orang membagikan *link*/video/foto dengan tujuan untuk berbagi informasi tanpa mencari tahu tentang kebenaran dan sumber berita.

Kategori berikutnya adalah *promoter*, yaitu mereka yang membagikan promosi jualan atau situs belanja/situs diskon dan sebagainya. Tipe ini memanfaatkan grup sebagai sarana untuk mengiklankan bisnisnya, baik bisnis musiman (misalnya, saat jelang lebaran), maupun yang memang memiliki bisnis onlen. Salah satu yang memanfaatkannya adalah Ibu Jessica (45 tahun), yang berbisnis musiman. Biasanya jelang lebaran, Ibu Jessica menawarkan pakaian, kue kering, beras, hingga telur asin.

Ibu Laila (45 tahun) mengungkapkan bahwa tipe seperti ini juga banyak di Facebook dan grup Whatsapp, dan menurutnya ini cukup membantu karena orang tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja dan barang diterima di tempat. Menurut Ibu Firna (43 tahun), promosi di Facebook sangat beragam, mulai dari yang model *multi level marketing* (MLM), hingga toko onlen (*reseller*)(lihat **Gambar 7**). Tapi, bila promosi sudah keseringan dan sangat mengganggu, biasanya Ibu Firna memblok akun tersebut.



Gambar 7. Promosi dari *reseller* kerudung di grup Whatsapp

Tipe terakhir adalah pemilik panggung, yakni pengguna Facebook atau Whatsapp yang postingannya biasanya mengundang komentar-komentar dari anggota grup. Kategori ini membagikan setiap kegiatan yang melibatkan dirinya, mulai dari aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan (seperti kegiatan program studi), maupun aktivitas yang bersifat pribadi (seperti foto-foto liburan). Ibu Maya (45 tahun) termasuk dalam kategori ini karena menurutnya 'berbagi aktivitas' ibarat 'berbagi informasi', sehingga apapun kegiatannya, apakah yang berkaitan dengan pekerjaan ataupun yang bersifat pribadi akan dibagikan di Facebook dan di Grup Whatsapp-nya.

Ibu Laila (45 tahun) termasuk pengguna media sosial yang rajin membagikan *link*, tapi tidak senang berbagi hal-hal yang terkait kegiatan pribadinya karena menurutnya aktivitas pribadi (seperti aktivitas travelling, aktivitas keluarga) tidak perlu di bagikan di grup Whatsapp karena ia takut dianggap sebagai orang yang narsis. Kecuali jika itu berkaitan dengan kegiatan seminar, rapat, atau konferensi yang ada hubungannya dengan orang-orang yang ada di grup, sehingga ada alasan untuk membaginya di grup. Demikian halnya dengan Ibu Firna (43 tahun) yang merasa agak aneh bila anggota grup membagikan aktivitas pribadinya di grup Whatsapp, apalagi jika grup tersebut adalah grup profesi.

Jika Facebook dapat dipahami sebagai akun pribadi/laman pribadi, dimana pemilik akun dapat memilih menggunakan akunnya untuk meninggalkan jejak digital mengenai aktivitas keseharian, baik yang terkait pekerjaan ataupun kegiatan-kegiatan pribadi, maka Whatsapp adalah grup dimana semua anggota-anggotanya memiliki posisi yang setara (seperti grup alumni, grup arisan, grup profesi). Oleh karenanya, apapun yang akan diposting masih lebih

fleksibel jika dibandingkan bila grup tersebut dibentuk berdasarkan jabatan (yang anggota-anggotanya adalah rektor, wakil rektor, dekan, wakil dekan, direktur pascasarjana, wakil direktur, ketua program studi, sekretaris program studi, dll.), dimana hal-hal yang bersifat pribadi harusnya dibatasi atau bahkan dieliminir.

- **Ruang Pribadi yang Tidak Pribadi**

Beberapa tahun yang lalu, kegiatan dan aktivitas terbatas hanya orang-orang terlibat di dalamnya yang mengetahui. Foto beralbum-album di cetak dan disimpan di rumah. Media massa berperan mempublikasikan setiap aktivitas. Bagi yang suka menulis maka mereka mencatat di jurnal harian. Keseharian, aktivitas dan Foto menjadi koleksi pribadi. Perubahan zaman kemudian, membuat setiap individu terhubung dengan sangat mudah nyaris tanpa batas. Ruang pribadi menjadi seperti tidak bersekat. Fenomenanya banyak yang tidak menyadari mana ruang yang betul-betul pribadi, dan mana ruang publik (yang 'tampak pribadi'). Media sosial, meskipun dengan settingan privat sebenarnya tidaklah pribadi karena hanya orang-orang yang diizinkan oleh pemilik akun yang dapat membagikan status atau foto yang dibagikan di akun tersebut, namun tidak menutup kemungkinan teman-teman yang di beri ijin tersebut, memotret (*capture*) status atau postingan yang sebenarnya bersifat pribadi menurut sang pemilik akun, lalu membagikannya, sehingga sulit untuk menyebutnya benar-benar privat.

Padahal ketika memosting apapun di media sosial, maka sekian jumlah teman melihat postingan tersebut memiliki peluang untuk merespon, baik berupa *like*, komentar maupun memosting foto. Foto-foto yang harusnya bersifat pribadi dengan mudah diambil dan disimpan, kemudian diberi tulisan (*caption*) yang diedit (tanpa izin) dan tak jarang berkonten pornografi, melecehkan, lalu dibagikan di media sosial, termasuk di grup-grup Whatsapp dan menjadi bahasan anggota grup. Ini merupakan pelanggaran hak pribadi dan pelecehan terhadap pemilik foto (lihat **Gambar 8**).



Gambar 8. Contoh Foto yang di tambahkan *caption* atau di edit.
Sumber: Whatsapp Group

Keberadaan Facebook dan grup Whatsapp umumnya dipahami sebagai ruang untuk berbagi apa saja, Facebook yang di buat dengan menggunakan akun pribadi, kemudian di pahami sebagai 'ruang pribadi'. Salah satunya adalah Ibu Jessica (45 Tahun), yang membagikan atau menuliskan apa saja laman Facebooknya, seperti keluhan, kemarahan, rasa senang seperti layaknya menulis di Jurnal harian, sehingga kadang 'melupakan' bahwa itu adalah ruang dengan status/postingan yang isinya dibaca oleh banyak org.

Pemahaman media sosial sebagai ruang publik tidak disadari, hingga hal-hal yang harusnya bersifat pribadi bahkan cenderung melanggar hukum (UU ITE) juga dilakukan. Ibu Maya (45 tahun) mengaku bahwa tidak mengetahui jika postingan di Facebook atau Whatsapp dapat membuat orang ditangkap, kecuali jika itu menghina presiden atau menipu. Baginya itu grup Whatsapp hanyalah sebuah grup, kenapa orang harus tersinggung, Facebook juga adalah Facebook sendiri, jadi terserah yang punya akun Facebook, jadi kalau tersinggung lebih baik jangan berteman. Hal serupa diungkapkan oleh Ibu Jessica (45 tahun) yang menyatakan tidak begitu memahami bahwa komentar atau unggahan di Grup Whatsapp bisa di kenakan sanksi UU ITE karena dianggapnya bahwa itu hanya sebatas konsumsi grup, sehingga apapun yang diposting tidak akan keluar dari grup tersebut.

Pernyataan Ibu Maya dan Ibu Jessica menunjukkan bahwa mereka menganggap Facebook dan Whatsapp adalah ruang pribadi tanpa menyadari bahwa mereka berada di ruang publik dimana etika dan aturan berlaku. Etika dan aturan yang berlaku di dunia nyata, seperti etika kesopanan, tidak menyebarkan *hoax*, fitnah, membagikan foto-foto atau komentar yang melanggar suku, agama dan ras (SARA), juga berlaku di dunia maya.

Ibu Layla (45 tahun) menyatakan, bahwa ia mengetahui tentang UU ITE, namun bukan UU yang membuatnya memilih-milihapa yang akan diunggah di media sosial, tapi lebih kepada kepantasan menurut aturan pribadinya karena takut dikomentari, takut ada yang salah paham atau tersinggung.

Serupa tapi tak sama dengan yang diungkapkan oleh Ibu Firna (43 Tahun) yang menyatakan, bahwa banyak hal yang menjadi pertimbangannya sebelum membagikan sesuatu di Facebook, antara lain teman-teman Facebooknya berasal dari berbagai kalangan (seperti mahasiswa, atasan, kolega, teman kuliah, keluarga, teman sekolah) yang tidak semuanya akrab. Sementara keputusannya untuk tidak terlalu aktif di grup Whatsapp adalah karena

menurutnya tidak banyak hal yang ingin dikomentari ataupun dibagikan. Ia memberikan contoh sebagai berikut:

Saya pernah baca tentang dosen yang dipolisikan karena komentar di grup Whatsapp, nah begini...ndak semua orang paham maksud kita, kadang kita bercanda orang nda tau itu candaan, tersinggung beneran. Initnya, saya malas berurusan dengan hal-hal tidak penting, daripada ribet mending nda komen. Toh saya sudah tahu...kalaupun misalnya ada teman yang suka membagikan *hoax*, saya tahu itu *hoax*. Teman itu mungkin nda tahu, cuma kalau di kasih tahu untuk lebih hati-hati membagikan berita, dia suka tersinggung ...ribet panjang urusannya, hahahaha.... karena ndak banyak itu orang mau dikritik atau mencari tahu, ... kasian juga sih liatnya, dosen tapi kok nda paham cek dan ricek main *share* aja....(ibu Firna, 43 tahun).

Fenomena gaduhnya media sosial belakangan ini ditanggapi oleh Ibu Laila (45 Tahun), bahwa dalam kaitan dengan gossip, pelecehan, perkelahian di dunia maya, 'pelakor', penipuan, hampir semua melibatkan perempuan. Menurutnyaperempuan tidak hanya sebagai pengguna aktif, tetapi juga kemudian rentan terpapar mis-informasi (ketidaktahuan terhadap berita yang salah atau benar) tapi ikut serta dalam menyebarkannya, rentan pelecehan (penyebaran foto-foto pribadi), hingga ketidakpahaman soal pribadi dalam sosial media. Ini menunjukkan bahwa keaktifan penggunaan media sosial berbanding terbalik dengan kemampuan memahami 'ruang' itu sendiri.

4. Kesimpulan

Facebook dan Whatsapp menyediakan berbagai fasilitas bagi penggunanya, mulai dari mengunggah gambar, tulisan, live streaming, hingga meneruskan pesan berantai yang seringkali tidak di ketahui sumbernya. Penelitian ini mengungkapkan kemampuan perempuan bersosialisasi, diantaranya berbagi informasi, baik di antara sesama perempuan, maupun dengan lawan jenis, bila jaman dahulu kemampuan tersebut di tunjukkan oleh R.A Kartini melalui pergaulannya yang luas dan kemampuannya berkomunikasi melalui tulisan, maka saat ini perempuan berekspresi dan bersosialisasi melalui media sosial, terutama melalui Facebook dan Whatsapp. Keduanya menjadi ruang paling populer untuk berekspresi. Ekspresi tersebut mulai dari hal yang sederhana yang bersifat keseharian hingga hal yang serius, baik dalam menanggapi berita yang ada di sekitarnya, hingga isu-isu yang sedang hangat dibicarakan. Keaktifan tersebut, juga membawa dampak negatif, sebab perempuan kemudian rentan menjadi objek pelecehan hingga kejahatan, banyak kasus yang melibatkan perempuan di dalamnya, bahkan hingga berurusan dengan hukum.

Ada beberapa alasan yang dikemukakan kenapa Facebook dan Whatsapp menjadi media sosial pilihan informan dalam penelitian ini, yakni keduanya merupakan media sosial yang paling populer dan praktis. Populer sebab paling banyak digunakan di lingkungan pergaulan Informan, baik lingkungan keluarga, pertemanan hingga lingkungan pekerjaan. Praktis, sebab lebih mudah 'menemukan dan ditemukan' oleh teman-teman, komunitas hingga lingkup kerja, mengingat popularitas Facebook dan Whatsapp. Kepraktisan lainnya adalah karena fasilitas keduanya memudahkan anggotanya mencari (teman yang lama tak jumpa), berbagi (seperti foto, dokumen, video), hingga berinteraksi dalam beragam bentuk (seperti *video call*, *game onlen*, dll.).

Pada dasarnya Facebook dan Whatsapp digunakan untuk beragam tujuan, yakni: sebagai ajang silaturahmi (karena mudah bertemu dengan lingkungan pergaulan, pertemanan hingga pekerjaan); sebagai sumber informasi terkait pekerjaan (rapat, konferensi, kebijakan, dll.), sebagai wadah berbelanja onlen (melalui toko onlen, reseller, dll.); sebagai wadah penyaluran hobi (fotografi, kuliner, dll.); hingga sebagai wadah berbagi momen (baik momen pribadi bersama keluarga, momen yang terkait pekerjaan, hingga momen yang terkait pertemanan).

Berbagai alasan dan aktivitas tersebut membuat anggota grup memiliki kesamaan kepentingan, seperti grup arisan, grup dosen atau grup alumni, namun tidak semua anggota memiliki keaktifan yang sama. Aktivitas mereka di Facebook dan Whatsapp dapat diklasifikasikan ke dalam lima tipe, yakni *silent reader* (anggota pasif), komentator (aktif berkomentar), *broadcaster* (aktif berbagi), promoter (aktif mempromosikan jualan), dan pemilik panggung.

Pada kenyataannya, keaktifan penggunaan media sosial berbanding terbalik dengan kemampuan memahami media sosial (dalam konteks ini Facebook dan Whatsapp), sebagai ruang pribadi yang sesungguhnya 'tidak pribadi' karena kontennya menjadi konsumsi banyak orang. Meskipun ada pengaturan *privacy* untuk membatasi orang-orang yang dapat masuk ke laman seseorang, memilah antara *hoax* atau bukan *hoax*, kebanyakan orang tidak menyadari eksistensi fasilitas ini. Ini sebagaimana yang terjadi pada keempat informan dalam penelitian ini karena menyandarkan diri pada prinsip berbagi dan media sosial sebagai 'ruang pribadi'.

Hal tersebut harusnya menjadi dasar untuk memahami bahwa media sosial yang kian mudah dan murah sebagai ajang bersosialisasi dan berekspresi, tidak hanya memberikan ruang seluas-luasnya bagi perempuan untuk berekspresi, tapi juga menjadi ruang yang rentan untuk dijadikan objek yang merugikan

pihak perempuan, hal tersebut menunjukkan semakin pentingnya literasi digital khususnya media sosial pada perempuan agar perempuan mampu memanfaatkan media sosial untuk mengaktualisasikan dirinya secara lebih positif, sebagaimana yang ditunjukkan oleh R. A. Kartini dalam tulisannya.

DaftarPustaka

- Alimuddin, A. Batari; Sadjad, Riza S.; dan Muhammad Najib. 2014. 'Sikap dan Perilaku Remaja Perempuan Dalam Ajang Gaul Melalui Media Sosial Facebook', *Kareba*, Oktober-Desember, 3(4): 218 - 225.
- Bell, David. 2007. *Cyber Culture Theorist, Manuel Castells and Donna Harraway*. London dan New York: Roulledge.
- Dahniar, Diandra S. 2013. *Identitas Perempuan Dalam Sosial Media*. Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Helpiastuti, Selfi B. 2016. *Media Sosial dan Perempuan: Analisis Wacana Terhadap Facebook Sebagai Media Komunikasi Terkini Bagi Perempuan*. Skripsi, Universitas Jember, Kabupaten Jember, Jawa Timur.
- Maryani, Eni dan Arifin, Hadi S. 2012. 'Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial', *Journal of Communication Studies*, 1(1):1-12.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Teori dan Riset Media Siber (Cyber Media)*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, Septiaji Eko. 2018. 'An Introduction to MAFINDO', Seminar Pendidikan Nasional dan *Talkshow Technology For Education and Education For Technology*, Teknologi Pendidikan Universitas Negeri, Makassar, 21 April 2018.
- Wahyudianto, Dennis. 2011 *Media Sosial Sebagai Sarana Aktualisasi Diri Perempuan*, <https://www.academia.edu/10699406/> diakses tanggal 5 Januari 2018.
- <https://id.techinasia.com/comscore-whatsapp-adalah-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>, diakses tanggal 19 Februari 2018.
- <http://lintasterkini.com/21/07/2017/dilapor-polisi-dosen-uin-mengadu-ke-kpjk.html>, diakses tanggal 19 Februari 2018.
- <https://news.detik.com/berita/d-3654503/muncul-situs-lelang-perawan-kawin-kontrak-menteri-yohana-mengecam>. Diakses tanggal 11 Desember 2017
- www.profesi-unm.com/.../viral-tiga-mahasiswa-unm-bikin-video, diakses tanggal 01 Juni 2018
- <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20170910122629-445-240706/mengapa-literasi-di-indonesia-sangat-terendah>/diakses tanggal 10 Februari 2018.

<https://www.viva.co.id/berita/metro/916440-ip-penyebar-foto-tanpa-busana-firza-husein-anonymous>, diakses tanggal 11 Desember 2017.

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>, diakses tanggal 19 Februari 2018.