

IDENTITAS DIRI PEREMPUAN DI FACEBOOK

WOMAN'S IDENTITY IN FACEBOOK

Suprihatin

Program Studi Ilmu Komunikasi Stikosa – AWS

Email : meetitien@gmail.com

ABSTRACT

The digital age opens opportunities for building up an identity. Identity is considered as the key to the existence of human beings, especially on social media. Through identity, someone is valued, respected, and recognized. By means of social media, technology allows humans the possibility to control the aspects of the identity they choose to display in public. What they prefer to convey is selected and deconstructed as what they crave to be seen. As a social media platform, Facebook is the most popular application both in the world and in Indonesia as an application making its users constructing images and identities for themselves. From the analysis having been done, one of the causes, why people utilize Facebook, is to obtain the attention and recognition from other people in their circle of network. It is fascinating to observe how women expose their identities on the internet. This is based on several types of research found women access social media more often than men. Applying a qualitative content analysis method, this study tries to explore how women reveal their identity on social media of Facebook. The descriptions like how women's' hope could be accepted by her friends on social media and how their identity could be presented.

Keywords: *identity, woman, social media, Facebook*

ABSTRAK

Era digital memberi peluang pada hadirnya nilai penting identitas. Identitas dianggap sebagai kunci eksistensi diri manusia utamanya di media sosial. Melalui identitas, seseorang dinilai, dihargai, dikenali. Melalui media sosial, teknologi memberi kemungkinan kepada manusia untuk mengendalikan aspek identitas yang ingin ditampilkan di ruang publik. Apa yang ingin disampaikan diseleksi, didekonstruksi, dipilih sebagaimana seseorang ingin dilihat. Sebagai sebuah platform media sosial, Facebook merupakan aplikasi paling populer baik di dunia maupun di Indonesia, sebagai sebuah aplikasi yang membuat penggunanya mengonstruksi citra dan identitas untuk dirinya. Dari penelitian yang pernah dilakukan, salah satu alasan orang menggunakan Facebook salah satunya adalah untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain yang ada dalam lingkaran pertemanannya. Menjadi menarik melihat bagaimana perempuan menampilkan identitas dirinya di internet. Hal ini didasari beberapa hasil penelitian

bahwa perempuan lebih sering mengakses media sosial ketimbang laki-laki. Melalui metode analisis isi kualitatif, penelitian ini mencoba mengesplorasi seperti apa perempuan menampilkan identitas dirinya di media sosial Facebook. Gambaran seperti apa yang diharapkan oleh para perempuan akan diterima oleh teman-temannya di media sosial. Serta bagaimana identitas itu ditampilkan.

Kata kunci: identitas, perempuan, media sosial, Facebook

PENDAHULUAN

Seringkali, orang berpikir bahwa pesan yang mereka sampaikan lewat sebuah media merefleksikan diri mereka. Apa yang mereka katakan, apa yang mereka kenakan, dan apa yang mereka tidak katakan dan atau tidak kenakan, adalah elemen-elemen yang dianggap mampu mewakili identitas mereka dalam benak orang lain. Menurut Wood & Smith, aspek penting dari identitas adalah bagaimana seseorang menampilkan dirinya di depan orang lain. Sampai tingkat tertentu, manusia dapat mengendalikan apa yang orang lain ketahui tentang kita; lewat pilihan-pilihan yang kita buat dalam hidup, meski hal itu sebenarnya sudah kita seleksi dan kita tentukan sebelumnya (2005:57).

Dalam komunikasi tatap muka, manusia sering mengidentifikasi kualitas manusia lain melalui jenis kelamin, ras, busana, atau karakteristik-karakteristik nonverbal lainnya. Hal yang sama, tidak terjadi dalam komunikasi berbasis teknologi atau komputer (*computer mediated communication*). Teknologi internet memberi kemungkinan-kemungkinan kepada manusia untuk dapat mengendalikan aspek identitas yang ingin ditampilkan di ruang publik.

Manipulasi identitas diri, telah lama dikenal dalam budaya barat. Hal itu bukanlah sesuatu yang dianggap membahayakan. Sebagaimana narasi yang dibangun lewat Oedipus, mitos Yunani kuno, karya Sophocles. Oedipus berkisah tentang seorang putra raja yang disebutkan lahir membawa takdir akan membunuh ayah kandungnya. Untuk menghindari takdir tersebut, sang raja memerintahkan tentaranya untuk membunuh sang bayi. Sang tentara mengelak dari tugas berat tersebut dan meninggalkan sang bayi bersama para gembala. Bertahun-tahun kemudian, Oedipus dewasa yang tengah bepergian bertengkar dan akhirnya membunuh orang asing yang ternyata adalah ayah kandungnya yang tengah menyamar. Pada akhirnya, perjalannya mengantar Oedipus menjadi raja dan memberinya pengantin, yaitu sang ratu yang ternyata adalah ibunya sendiri. Drama itu ditutup dengan kemarahan Oedipus setelah ia menemukan jati dirinya.

Dari nukilan cerita tersebut, kita dapat melihat bahkan di masyarakat seperti Yunani, menempatkan penekanan yang begitu berat pada konsistensi identitas individu.

Inti cerita yang hampir mirip dengan Oedipus ada dalam dongeng Indonesia Sangkuriang. Cerita Sangkuriang berasal dari legenda awal mula Gunung Tangkuban Perahu di Jawa Barat. Dikisahkan bahwa di masa itu, tersebutlah seorang putri raja bernama Dayang Sumbi. Ia memiliki seorang anak laki-laki bernama Sangkuriang. Mereka memiliki seekor anjing bernama si Tumang, yang dikisahkan adalah titisan dewa dan sebenarnya merupakan ayah kandungnya. Sangkuriang tidak mengetahuinya karena hal itu dirahasianakan oleh ibunya, Dayang Sumbi. Suatu hari ketika sedang berburu, Sangkuriang menyuruh si Tumang mengejar babi hutan. Kesal karena perintahnya tidak diikuti, Sangkuriang membunuh si Tumang dan memberikan hatinya kepada ibunya. Ketika Dayang Sumbi mengetahui bahwa hati yang dimasaknya adalah hati suaminya, Dayang Sumbi pun marah dan memukul kepala Sangkuriang dengan centong yang terbuat dari tempurung kelapa hingga kepala Sangkuriang terluka. Sangkuriang yang merasa kecewa dengan perbuatan ibunya, pergi dan meninggalkan ibunya untuk mengembara. Dayang Sumbi menyesali akibat dari perbuatannya. Ia terus berdoa dan meminta kepada dewa agar dapat dipertemukan kembali dengan Sangkuriang. Setelah bertahun-tahun berkelana, Sangkuriang pun kembali ke kampung halamannya. Namun ia terkejut karena tanah kelahirannya itu telah berubah. Saat itu ia melihat seorang perempuan cantik yang sedang berjalan menuju ke arahnya. Terpesona oleh kecantikan

perempuan tersebut, Sangkuriang langsung melamarnya. (Yang anehnya) lamaran itu pun langsung diterima.

Suatu hari, Sangkuriang meminta izin kepada calon istrinya untuk berburu di hutan. Sebelum berangkat berburu, ia meminta tolong agar calon istrinya mengencangkan ikat kepalanya. Alangkah terkejutnya calon istri Sangkuriang melihat bekas luka di kepala Sangkuriang. Kecurigaannya bahwa pria itu adalah anak kandungnya terbukti ketika ia bertanya penyebab luka di kepala Sangkuriang. Sehingga perempuan itu yang tak lain adalah Dayang Sumbi memutuskan untuk berterus terang kepada Sangkuriang dan meminta agar pernikahan mereka dibatalkan. Meski telah mengetahui bahwa perempuan itu adalah ibunya, Sangkuriang menolak membatalkan pernikahan mereka. Akhirnya Dayang Sumbi menemukan cara. Ia mengajukan dua syarat kepada Sangkuriang untuk menikahinya. Pertama, Sangkuriang harus membendung Sungai Citarum. Kedua, Sangkuriang harus membuat perahu yang sangat besar untuk menyeberangi Sungai Citarum. Kedua syarat itu harus selesai sebelum fajar tiba. Jika Sangkuriang dapat memenuhi kedua syarat tersebut, Dayang Sumbi bersedia dinikahi. Tetapi jika Sangkuriang gagal, maka pernikahan itu pun dibatalkan.

Dengan kesaktian yang dimilikinya dan dengan bantuan teman-temannya dari bangsa jin, Sangkuriang sangat yakin bahwa ia akan mampu menyelesaikan tantangan Dayang Sumbi. Dayang Sumbi yang diam-diam melihat pekerjaan Sangkuriang,

terkejut karena pekerjaan itu hampir ‘rampung’. Maka Dayang Sumbi mencari akal dan menggelar boeh rarang, sejenis kain berwarna putih hasil tenunannya. Kain itu ia bentangkan untuk menipu Sangkuriang seolah-olah fajar telah datang. Sangkuriang pun menghentikan pekerjaannya. Karena marah dan kecewa, Sangkuriang merusak bendungan yang telah dibuatnya. Ia juga menendang perahu buatannya yang melayang dan jatuh tertelungkup. Perahu buatan Sangkuriang inilah yang kemudian dinamai Gunung Tangkuban Perahu (Supriadi, 2012).

Legenda Sangkuriang ini sebetulnya juga berkisah tentang pencarian identitas diri anak manusia. Baik dari sisi penceritaan Sangkuriang, Dayang Sumbi, maupun sang ayah yang dikisahkan berupa seekor anjing. Identitas, menurut Oyserman (2012) adalah ciri dan karakteristik, relasi sosial, peran, dan keanggotaan kelompok sosial yang digunakan untuk mengidentifikasi diri seseorang. Identitas memoles konsep diri seseorang sebagaimana yang orang bayangkan (baca: harapkan) tentang dirinya sendiri.

Perihal konsep diri, manusia juga melihat dirinya melalui berbagai cara: gambaran tentang diri, tentang perasaan, seperti gambaran yang yang diperoleh dari apa yang suka, apa yang mereka dengarkan, bagaimana cara mereka bergerak, walaupun sebenarnya hal ini hanyalah sebagian dari konsep tentang kedirian (James: 1890;1927).

Terminologi ‘diri’, seringkali dikaitkan dengan perasaan yang

hangat tentang ‘saya’ atau ‘kita’. Hal ini terefleksi baik dari aktivitas fisik maupun mental. Titik tekannya di sini adalah pada konsep diri sebagai subjek atau ‘I’ ketimbang diri sebagai objek, yaitu ‘me’. Terminologi ‘diri’ juga mengandung kedua aktor baik ‘I’ sebagai subjek maupun ‘me’ sebagai objek. Lebih dari itu, kedua aktor ini sama-sama dapat berpikir dan bertindak, sebagaimana dikatakan oleh filosofis John Locke “Aku berpikir, maka aku ada” (Oyserman, 2012).

Sebagai sebuah platform media sosial, Facebook merupakan aplikasi paling populer baik di dunia maupun di Indonesia, sebagai sebuah aplikasi yang membuat penggunanya mengonstruksi citra dan identitas untuk dirinya. Dari penelitian yang pernah dilakukan, salah satu alasan orang menggunakan Facebook adalah untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain yang ada dalam lingkaran pertemanannya (Richter, 2013).

Sebuah studi yang pernah dilakukan di Swedia memperlihatkan bahwa perempuan menghabiskan waktu lebih banyak di Facebook ketimbang pria. Penelitian itu juga memperlihatkan bahwa individu yang berpendidikan rendah dan berpenghasilan rendah, menggunakan waktu lebih banyak di Facebook daripada mereka yang berpendidikan dan memiliki penghasilan tinggi. Kelompok ini juga dideskripsikan kerap merasa kurang bahagia dan kurang puas dengan kehidupan mereka. Terlihat baik dan menghabiskan waktu di Facebook dianggap penting oleh para perempuan (Denti, 2012).

Dengan inovasi dan kreativitas yang terus menerus dikembangkannya, sebagai sebuah *platform* media sosial, Facebook telah mengubah cara pandang manusia terhadap kehidupan. Sebagaimana diberitakan di situs liputan6.com, jumlah pengguna FB di seluruh dunia diklaim telah mencapai lebih dari 2 miliar dan 115 juta di antaranya adalah pengguna dari Indonesia. Menurut *Country Director Facebook Indonesia*, Sri Widowati, sebagaimana dikutip oleh liputan6.com, pengguna FB di Indonesia masuk dalam deretan tiga negara teratas dengan jumlah teman terbanyak, atau dua kali rata-rata pertemanan dari pengguna FB secara global. Pengguna FB di Indonesia juga mengunggah dan berkomentar 3 kali lebih banyak ketimbang pengguna global. Data ini mengindikasikan betapa aktifnya pengguna FB di Indonesia, meski belum ada data yang signifikan tentang persentase jumlah perempuan dan laki-laki yang aktif menggunakan.

Mengapa kemudian tulisan ini lebih membincang perempuan? Sebuah survei yang dilakukan Lightspeed Research terhadap 1.605 pengguna FB di Amerika Serikat menemukan fakta bahwa perempuan merupakan kelompok yang paling sering mengakses FB, Sebanyak 34 perempuan berusia 18 hingga 34 tahun yang menjadi responden mengatakan bahwa aktivitas pertama yang mereka lakukan saat bangun di pagi hari adalah mengecek akun Facebook. Malam hari juga menjadi momen yang mereka gunakan untuk berselancar di akun FB. Sedemikian kecanduannya, 26% responden

bahkan mengatakan mereka sering terbangun di malam hari sekadar untuk membaca pesan yang mereka terima lewat Facebook. Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Tiffany A. Pempek dan koleganya menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak memposting foto di FB. Perempuan juga lebih banyak mendapat tag foto dari teman-temannya ketimbang laki-laki. Perempuan juga lebih sering menghapus tag fotonya dari teman-temannya. Yang mana hal itu dilakukan karena tidak menyukai penampilannya dalam foto tersebut. (Fahmi, 2011).

Beberapa hasil kajian tersebut menarik perhatian penulis. Seperti apa perempuan menampilkan identitas dirinya di media sosial Facebook? Gambaran seperti apa yang diharapkan oleh para perempuan akan diterima oleh teman-temannya di media sosial? Bagaimana identitas itu ditampilkan?

Pembahasan

Personifikasi Diri Perempuan: Mandiri, Cerdas, Percaya Diri

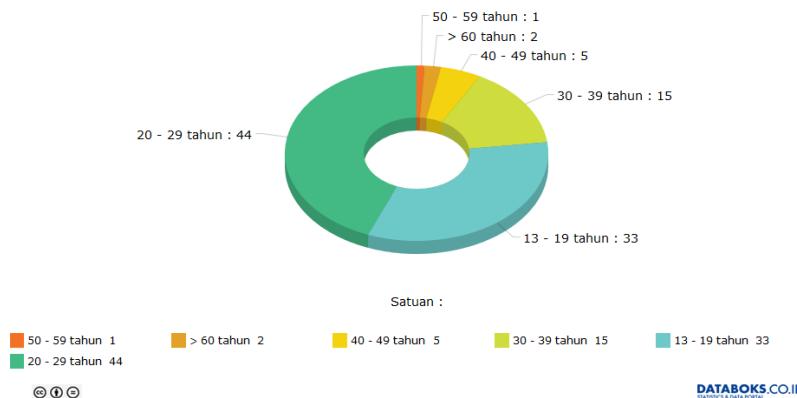
Untuk mendapatkan deskripsi yang tidak asumtif, penulis mengamati tiga akun media sosial yang ada dalam jaring pertemanan penulis dan penulis kenal di dunia nyata. Akun pertama milik AYW, perempuan berusia 30-an tahun, lajang, bekerja sebagai dosen di salah satu perguruan tinggi swasta di Surabaya. Akun kedua milik ARW, perempuan berusia 38 tahun, bekerja sebagai ASN di sebuah kementerian,

wirausahawan, janda dengan 2 anak, tinggal di Yogyakarta. Sedangkan akun ketiga milik MH, perempuan berusia 39 tahun, menikah dengan 3 anak, ibu rumah tangga, tinggal di Surabaya.

Alasan bahwa dipilihnya objek karena dikenal di dunia nyata didasari pertimbangan bahwa penulis membutuhkan latar informasi bahwa identitas diri yang ditampilkan objek di akun Facebooknya sama dengan identitas objek di dunia nyata. Hal yang sama akan sulit diperoleh jika objek yang diamati hanyalah

teman di dunia maya dan tidak dikenal di dunia nyata. Dari aspek usia, tiga akun yang menjadi objek pengamatan berada pada rentang usia yang hampir sama, 30-40 tahun mengingat karakteristik pengguna Facebook di Indonesia memang berada pada rentang usia tersebut. Berdasarkan catatan databoks.co.id, jumlah pengguna FB terbesar pada rentang usia 20-29 tahun yakni sebesar 44%, kemudian disusul usia 13-19 tahun sebesar 33%, dan kemudian usia 30-39 tahun sebesar 15%.

Pengguna Facebook Menurut Kelompok Umur



Unduh Opsi Lain

[PDF](#) [PNG](#) [XLS](#)

Sumber We Are Social

Rilis We Are Social
2016

Informasi lain We Are Social

Embed Chart

ID EN Thumbnails

Grafis usia pengguna Facebook di Indonesia

Berikut adalah deskripsi isi dari profil akun Facebook yang diamati:

Akun	Kategorisasi Pengamatan								
	Informasi tentang pekerjaan & pendidikan	Informasi tentang tempat tinggal	Informasi tentang kontak & informasi dasar	Informasi tentang keluarga & hubungan	Informasi rinci	Peristiwa penting	Teman	Foto	Linimasa
AYW	Lengkap mulai dari SD hingga S1. SD-SMA diselesaikan di sekolah swasta Katholik di kota Madiun. Sementara pendidikan sarjana ditempuh di sebuah PTN di Surabaya. Identitas sekolah disebut	Tempat tinggal disebut wilayah/daerahnya . Pemilik akun juga menyebut kota asalnya, namun tidak menampilkan alamat lengkap.	Informasi dasar yang dicantumkan hanya berupa jenis kelamin dan agama serta alamat akun FB.	Pemilik akun mencantumkan daftar nama lengkap, sedangkan nama yang digunakan untuk nama akun FB maupun tidak. Ada yang berstatus adik, ipar, hingga keponakan dan sepupu.	Informasi berupa nama lengkap, sedangkan nama yang digunakan untuk nama akun adalah nama panggilan. Pemilik akun juga menampilkan kutipan "In God We Trust".	Berisi tahun pemilik akun studi mulai SD hingga SMA.	Jumlah teman yang dimiliki 1.212 yang 91 di antaranya merupakan teman dari bangku kuliah.	Foto-foto ditampilkan terbuka hanya bagi jejaring teman. Foto yang ditampilkan berupa foto diri, foto keluarga, foto bersama teman-teman dalam lingkungan kerja, dan foto yang menunjukkan latar	Rata-rata memposting 1 unggahan dalam 2-3 hari sekali. Umumnya status-statusnya disukai antara 10-30 orang dan komentar dari orang-orang yang ia kenal. Hal ini teridentifikasi dari balasan komentar yang

	lengkap.						belakang agama pemilik akun.	dilakukannya.	
ARW	Lengkap mulai dari tahun 2008 saat bekerja di sebuah Bank di Yogyakarta hingga menjadi ASN tahun 2010 dan memulai usaha batik di tahun 2011.	Kota asal dan kota tinggal saat itu ditulis lengkap, namun hanya berupa wilayah, bukan alamat lengkap.	Tanggal kelahiran ditulis lengkap, mencantumkan jenis kelamin dan agama.	Masih tetap menampilkan info status perkawinan dan nama lengkap suami, meski telah wafat. Mencantumkan daftar anggota keluarga baik yang memiliki akun FB maupun tidak.	Berisi deskripsi kualitatif diri peneliti.	Peristiwa yang dianggap penting adalah tanggal kelahiran, tahun-tahun berhenti dan dimulainya karier baru, dan pertemuan dengan seorang perempuan lain selama 3 tahun.	Jumlah teman yang dimiliki tidak ditampilkan, tetapi jumlah pengikutnya (follower) sebanyak 2.420 orang.	Foto yang ditampilkan mulai dari foto diri, foto keluarga, foto yang berkaitan dengan pekerjaan, dan foto barang dagangan.	Pemilik akun memposting unggahan 6-7 kali dalam satu hari dengan tema yang berbeda-beda. Beberapa unggahan dilakukan dalam rentang waktu yang tidak terlalu lama. Aktif berkomentar & membalas komentar. Untuk unggahan tentang

									dirinya sebagai perempuan karier rata-rata like yang diperoleh lebih dari 50.
MH	Berisi pekerjaan yang pernah dilakoni sebelum menjadi ibu RT. Tidak secara lugas menyebut diri ibu rumah tangga. Pendidikan ditulis mulai dari SMA dan perguruan tinggi.	Hanya berisi nama kota asal dan kota tinggal saat ini.	Berisi tanggal lahir lengkap, jenis kelamin, dan agama.	Hubungan ditulis menikah tanpa menyebut nama pasangan. Rubrik ini juga berisi daftar nama anggota keluarga yang memiliki akun facebook.	Tidak ada yang ditampilkan	Hanya berisi data tentang tanggal lahir.	Jumlah teman yang dimiliki sebanyak 297 orang dengan persentase terbanyak adalah teman dari kota tinggal yang sama.	Foto didominasi foto bersama keluarga, dan foto masakan. Foto diri pada profil menampilkan sosok yang terkadang berhijab terkadang tidak. Rata-rata foto diri ditampilkan saat sedang berada di belakang kemudi	Unggahan cukup aktif, rata-rata sekali dalam sehari, menampilkan aktivitas keseharian yang dilakukan. Jumlah like yang diperoleh untuk unggahan rata-rata kurang dari 10.

							(mobil).	
--	--	--	--	--	--	--	----------	--

ISSN 2338 - 0861 (cetak); e-ISSN 2621 - 8712 (online)

website : <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id>

Merujuk pada teori yang dikembangkan oleh Marcia (dalam Ginanjar & Yunita, 2002), seseorang yang telah mencapai identitas diri dapat dilihat dari komitmen yang dibuatnya khususnya dalam pekerjaan dan hubungan antarpribadi. Dalam konteks ini penulis melihat bahwa dari ketiga akun perempuan yang menjadi objek pengamatan, masing-masing telah mengenali identitas dirinya dan menampilkan dirinya sesuai dengan karakteristik yang diharapkan diterima oleh orang lain. AYW, misalnya mempersonifikasi dirinya sebagai perempuan lajang, bagian dari masyarakat Urban yang berasal dari satu kota kecil di Jawa Timur, lalu tinggal dan bekerja di Surabaya. AYW mengidentifikasi dirinya sebagai seorang pekerja di bidang akademik melalui unggahan status maupun foto yang menunjukkan kebersamaannya dengan rekan dosen maupun maupun mahasiswa di tempat ia bekerja. Gambaran tentang akademisi juga diperlihatkannya melalui unggahan berupa aktivitas akademik yang diikutinya: mengajar, mengikuti lokakarya, penelitian, dan seminar. AYW juga menunjukkan identitasnya dalam konteks agama bukan hanya melalui kutipan-kutipan yang ia nukil dari alkitab maupun buku-buku, tetapi juga melalui foto dirinya saat melakukan perjalanan rohani. Personifikasi diri sebagai

akademisi juga dapat diidentifikasi melalui unggahan yang berbahasa Inggris, padahal teman dalam jejaringnya nyaris seluruhnya merupakan orang Indonesia. Hal ini dilakukannya dengan menuangkan harapan dengan menarik sebuah peristiwa yang hampir sama dalam pengalaman yang pernah dilaluinya:

Jakarta-Pangkal Pinang.

I've been on the plane from Jakarta to Pangkal Pinang two years ago. Hope all the passengers and crews safe.

AYW, tak jarang memperlihatkan bagaimana perasaannya ketika berkaitan dengan status lajangnya. Misalnya, ketika ia menanggapi pertanyaan Facebook tentang 'apa kutipan favoritmu?'. Ia menjawabnya dengan kutipan yang diambilnya dari film "The Danish Girl" semacam ini:

- *I need my husband*
- *No, I can't*

Unggahannya ini kemudian dikomentari oleh seorang temannya yang mengatakan bahwa kutipan yang dipilihnya itu tragis. Hal itu dijawabnya sebagai kalimat yang terus diingatnya, yang mungkin dianggapnya menjadi bagian dari identifikasi dirinya yang lajang.

Dari pengamatan terhadap ARW, penulis mengamati bahwa ARW mengidentifikasi dirinya sebagai perempuan beranak 2, janda yang masih mencintai dan mengenang almarhum suaminya. Hal ini disimpulkan melalui unggahan

yang dibuat maupun sampul foto di profil yang masih menggunakan foto perkawinannya dengan almarhum suaminya. Foto itu justru dipasangnya pascawafatnya sang suami. Dalam beberapa unggahannya ARW menulis tentang bagaimana perasaannya terhadap almarhum suaminya.

“...yang tak terulang. Kenangan indah, kasih sayang yang tak akan terhapus. Kami merindukanmu, kami mengasihimu, kami memelukmu dalam doa Papa....”

ARW, menampilkan identitas dirinya melalui peran sebagai perempuan, ibu, wirausahawan, perempuan karier melalui unggahan-unggahan yang ditulisnya. Ketika mempersonifikasi diri sebagai ibu misalnya, ia sekaligus membangun identitas sebagai perempuan yang cerdas dan di saat yang sama memiliki keluasan pengetahuan dan terbuka terhadap gagasan-gagasan yang tak biasa.

Pernah ada di fase mempertanyakan...kenapa Agnes ga bisa spt saya dl yg sll ranking 1, sll terpilih lomba ini itu. Sampai lulus SD pun NEM tertinggi, diterima di sekolah2 favorit, masuk UGM tanpa tes, sampai lulus kuliah pun cum laude.Saya pernah di fase mangkel sama pihak sekolah, yg saya pikir ga adil. Karena Agnes hampir tidak pernah dipilih untuk mewakili lomba apapun. Walaupun Agnes sebenarnya juga mampu, dan punya posisi tawar dari peringkat 5

besar kelas. Tapi, sejak 2 tahun terakhir ini, saya berhenti untuk memasang target terlalu tinggi untuk Agnes dan Axel. Mereka berdua sudah mengalami tekanan batin yang luar biasa. Mendadak jadi anak yatim bukanlah hal yang mudah. Melihat Agnes dan Axel tumbuh normal, wajar, dan bahagia lebih utama buat saya. Dan sungguh luar biasa, Agnes bisa terus bertahan dalam situasi yang tak mengenakkan. Menjaga konsistensi akademisnya, dan menjadi pribadi yang jauh lebih bertanggung jawab. Saya tak perlu repot2 mengecek ada PR atau tidak, ulangan atau tidak. Saya tak perlu repot mengecek catatan Agnes sudah lengkap atau belum. Agnes dengan mandirinya sudah melakukan itu tanpa diperintah, tanpa diminta. Axel pun bukan anak manja yang banyak menuntut. Dia selalu pintar menjaga emosi ibunya. Axel sering sekali membisikkan kalimat... Axel sayang Mama... Di manapun, kapanpun. Kalimat yang selalu membuat saya meleleh bahagia. Axxx dan Axxxx, anak2 kesayangan..

Selain peran-peran tersebut, ARW juga menunjukkan identitas dirinya sebagai perempuan yang tetap menarik bagi para pria di usianya yang hampir mendekati 40-an. Misalnya ia memperlihatkan bagaimana dan siapa pria-pria yang sedang mendekatinya, walaupun menggunakan foto dan nama yang disamarkan. Ia juga

memperlihatkan identitasnya melalui identitas pria yang mendekatinya.

"Mobilnya boleh mentereng. Tampilan boleh perlente. Tapi masak teteeeepp pakai kuali tanah liat. Minum pakai gelas tembaga. Yayayaya....kearifan lokal yang ga lekang biarpun sudah berkelana ke penjuru dunia.... Sak bahagiamu wes, Mas...."

Pesan bahwa dirinya adalah perempuan yang religius juga ditampilkan melalui unggahan-unggahan yang kerap dinukil dari alkitab dan kemudian dikaitkannya dengan kehidupannya sendiri.

Segala perkara dapat kutanggung dalam DIA yang memberi kekuatan kepadaku.

Filiipi 4 : 13

Semua sudah ada yang mengatur. Tugasku hanyalah menjalani sebaik-baiknya panggilan yang Tuhan tetapkan.

Objek pengamatan ketiga, berbeda dengan dua objek sebelumnya, adalah seorang ibu rumah tangga yang pernah bekerja sebagai seorang akuntan. Melalui postingan dan gambaran profilnya, ia mengidentifikasi dirinya sebagai seorang ibu dan isteri dari 3 orang anak yang fotonya menjadi sampul halaman akun FB. Beberapa foto profil yang digunakan menggunakan aplikasi penyunting foto untuk menambahkan kesan lucu dengan elemen bando atau pita ala anak-anak muda. Dari

unggahannya yang semacam ini rata-rata komentar datang dari teman pria. Dalam beberapa unggahannya MH juga ingin menampilkan dirinya sebagai seorang isteri yang dicintai oleh suaminya, dengan memberi tag pada akun FB suami, walaupun sang suami sendiri tidak pernah memberi komentar.

"Hadeeehh macak ciiiihhh....malu2 miaw ini ya Mr. "R" ❷ berarti selama ini dia ngebatin kayak gini...hihihihi...ngomong terus terang ae ❸ colekan, Rxxx Exxxx ❹ lop yu pul!!"

Konsep diri sebagaimana dituliskan oleh Oyserman & Markus (1998), merupakan struktur kognitif berisi standar perilaku atau penilaian evaluatif yang secara umum digunakan, berfokus pada tujuan seseorang dan membatasi seseorang dengan nilai-nilai yang dianggap ideal oleh masyarakat. Jika yang dimaksud dengan 'diri' adalah 'aku' yang berpikir dan 'aku' sebagai objek dari isi pikiran itu, maka bagian penting dari 'aku' sebagai objek adalah merupakan konsep mental atau ide tentang diri seseorang, baik masa lalunya maupun bagaimana dia di masa yang akan datang. Konsep mental inilah sebenarnya isi dari konsep diri seseorang. Jika Oyserman melihat konsep diri sebagai sebuah konsep mental, beberapa literatur memandang konsep diri dengan titik tekan pada konten dan evaluasi penilaian. Apa yang orang gambarkan ketika mereka

mendeskripsikan diri mereka dan bagaimana positif mereka mengevaluasi diri mereka sendiri. Gagasan Oyserman ini selaras dengan temuan dalam penelitian. Bagaimana ketiga informan berusaha menampilkan sisi-sisi positif mereka melalui personifikasi sebagai sosok perempuan yang mandiri, cerdas, dan percaya diri. Apakah identitas yang ditampilkan itu realita atau rekayasa? Menurut Gosling, ketika kita jujur, kita tidak perlu repot memikirkan kata-kata yang akan kita ucapkan. Pemikiran ini bisa mendasari kemungkinan orang untuk memanipulasi identitas dan informasi di profil Facebooknya. Namun konsekuensinya, hal itu akan sangat merepotkan dan membutuhkan banyak upaya. Menurut Gosling, konsistensi untuk terus bersikap manipulatif lebih jujur dibandingkan konsistensi untuk bersikap jujur dan apa adanya.

Kesimpulan

Dari pengamatan terhadap tiga akun FB ini, penulis menyimpulkan bahwa perempuan cenderung mendiskusikan seseorang, dan apa yang mereka lakukan, termasuk tentang dirinya. Para perempuan pemilik akun FB juga terlihat berusaha mengomunikasikan proses internal mereka kepada orang lain, termasuk keraguannya, atau pilihan sikapnya. Kata-kata yang berhubungan dengan pikiran, emosi, perasaan, orang lain,

penyangkalan, sering digunakan untuk membentuk konsep dirinya di mata orang lain. Merujuk pada penelitian yang pernah dilakukan Newman (Fahmi, 2011), perempuan memang memiliki kemungkinan lebih besar untuk membicarakan pikiran, emosi, dan perasaannya terhadap orang lain. Kejengkelannya terhadap seseorang, keragu-raguannya untuk memutuskan sesuatu, traumatisnya terhadap pengalaman buruk yang pernah dialaminya, tergambar dalam unggahan baik berupa tulisan maupun foto.

Berkaitan dengan bagaimana identitas diri perempuan tersebut kemudian ditampilkan di internet, utamanya akun Facebook, maka penulis mencatat bahwa dari tiga akun perempuan yang diamati para perempuan menggambarkan diri mereka sebagai sebuah konsep mental yang positif, perempuan lajang yang sukses dalam karier, akademis, cerdas, dan puitis. Atau perempuan yang telah menjadi janda namun tetap menarik perhatian para pria di usianya yang memasuki paruh baya. Hal-hal positif yang ada dalam konsep mental mereka ditampilkan sebagai bagian dari identitas dirinya di media sosial: ibu rumah tangga, mencintai anak-anaknya, dan dicintai oleh pasangannya. Mereka juga menegaskan konsep negatif yang disematkan teman jejaringnya melalui komentar dengan menunjukkan sisi positif

dari keberterimaannya atas kekurangan atau konsep negatif dalam perspektif orang lain dengan tidak merespon komentar negatif tersebut. Hal ini tampak ketika ARW mengunggah foto anak perempuannya. Komentar evaluatif berdatangan dari teman-temannya yang rata-rata memberikan komentar positif. Namun ada satu orang yang memberikan komentar berbeda dengan menambahkan evaluasi negatif untuk ARW.

"Mb Agnes makin cantikkk... sm kyk si Mamah... tp ojo gendut koyo mamah mu yo Ndukuuuu. Langsing, beda banget dengan ibunya yang gendut".

"hoahahahaha... Axxxx langsiiing mbak".

Identitas kendirian yang ditampilkan oleh para informan memperlihatkan adanya konsep diri yang matang, menerima diri apa adanya, menemukan hal-hal positif diri sendiri, tanpa harus menjadi seseorang yang dikagumi dan lantas mengubah identitas diri di media sosial menjadi orang lain. Ada hal-hal yang dikendalikan ketika para informan menampilkan citra dirinya di media sosial. Namun, ketika seorang pengguna secara aktif menggunakan akun Facebooknya dan terus menerus memperbarui informasi tentang dirinya, besar kemungkinan informasi itu

menunjukkan identitas dirinya yang sesungguhnya.***

Daftar Pustaka:

- Denti, L., Barbopoulus, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendeblad, M., Davidsson, E. (2012). *Sweden's largest Facebook study*. ResearchGate. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/254419705_Sweden's_largest_Facebook_study.
- Fahmi, Abu Bakar. 2011. *Mencerna situs jejaring sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- James, W. (1927). *The principles of psychology*. New York: Dover. (Original work published 1890).
- Oyserman, D. 1993. *The Lens of personhood: Viewing The Self, Others, and Conflict in a Multicultural Society*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 993-1009.
- _____. 2001. *Self-concept and identity*. In A. Tesser & N. Schwarz (Eds), *Blackwell handbook of social psychology* (499-518). Malden, MA: Blackwell.
- _____. 2008. *Racial-ethnic self-schemas: Multi-dimensional identity based motivation*. *Journal of Research on Personality*, 42, 1186-1198.
- _____. 2009b. *Identity-based motivation and consumer behavior: Response to*

- commentary. Journal of Consumer Psychology, 19, 276-279.*
- Oyserman, Daphna, Kristen Elmore & George Smith. 2012. *Self, Self-Concept, and Identity*. London: The Guilford Press.
- Richter, K. (2013). Facebook. In *Beginning iOS Social Games* (pp. 245–258). Apress. https://doi.org/10.1007/978-1-4302-4906-1_13
- Winter, Paul A. 1997. *Computer and Society*. San Diego: Green Haven Press.
- Wood, Andrew F & Matthew J. Smith. 2005. *Online communication: Linking Technology, Identity, & Culture*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Supriadi, Asep. 2012. *Kearifan Lokal Cerita Sangkuriang Menuju Ketahanan Bangsa*. Jurnal Metasastra, Vol. 5 No. 1, 1-10.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/03/usia-20-29-tahun-domniasi-pengguna-facebook-di-indonesia>. Diunduh pada tanggal 31 Oktober 2018.
- <https://www.liputan6.com/tekno/read/2926217/indonesia-negara-ke-4-dengan-pengguna-facebook-teraktif-di-dunia>. Diunduh pada tanggal 31 Oktober 2018.