

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori yang relevan mengenai penelitian ini, serta studi literatur, dokumen atau arsip yang mendukung, yang telah dilakukan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian.

2.1.1 Tinjauan Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai macam literatur yang dapat mendukung penelitian ini. Selain itu peneliti juga mencari beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan agar digunakan sebagai rujukan maupun acuan pembandingan bagi peneliti agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Data-data tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

NO	Nama / Tahun	Nama Peneliti		
		Iqbal Jaya Chasbi	Yulianti Fajrin	Wulan Purnama Sari
		2014	2013	2016
1.	Universitas	UNIKOM	UNIKOM	UNTAR
2.	Judul Penelitian	KONSTRUKSI IDENTITAS KELOMPOK SUPORTERFLOWERS CITY CASUALS(Studi Fenomenologi Terhadap Anggota Kelompok Suporter Flower City Casuals Dalam Mendukung Persib Bandung	KONSTRUKSI MAKNA JILBAB BAGI SANTRI WARIA (Studi Fenomenologi Konstruksi Makna Jilbab Bagi Santri Waria di Pondok Pesantren Khusus Waria Senen-Kamis Notoyudan Al-Fatah Yogyakarta)	KONSTRUKSI IDENTITAS PADA KOMUNITAS GAME TOUCH ONLINE (STUDI ANGGOTA KOMUNITAS GUILD DEADLINE)
3.	Metode Penelitian	Peneliti menggunakan penelitian kualitatif	Peneliti menggunakan pendekatan subjektif	Penelitian ini menggunakan metode

		Metode penelitian kualitatif		kualitatif dengan pendekatan studi kasus.
4	Hasil Penelitian	Personal Layer merupakan bagaimana seseorang menggambarkan keadaan diri dalam sebuah situasi sosial, seperti siapa andapa dirinya sebenarnya. Semua informan sudah melewati tingkatan ini sebagai casuals and menemukan tempat dalam situasi sosialnya yakni Flowers City Casuals. Berdasarkan jawaban para informan seputar awal mula mereka mengetahui and muncul	Makna adalah hasil dari individu mengkonstruksi sebuah pemahaman hasil interaksi pertukaran pesan dan pemaknaan secara terus menerus yang pada prosesnya makna yang telah di konstruksi di aplikasikan melalui ekspresi dan sikap, proses pemaknaan akan jilbab sendiri akan selalu dinamis karena pada hal tersebut selalu terjadi	Pada bagian latar belakang telah dijelaskan bahwa penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena yang muncul sejak kemunculan dan perkembangan internet, dimana internet melahirkan banyak komunitas baru, salah satunya adalah komunitas dunia maya dari game online. Dalam perkembangannya, game online sendiri

		<p>rasa ingin tahu mereka dalam konteks pendukung Persib secara sosial,</p>	<p>proses benturan realitas yang ada, sehingga makna akan terus di konstruksi setiap harinya. Santri waria memaknai Jilbab diantaranya adalah sebagai fashion dan style yaitu sebagai, Anjuran agama, Budaya, dan Citra Perempuan Indonesia.</p>	<p>terdapat beberapa jenis, tapi semuanya termasuk ke dalam massively multiplayer online. Akhdian (2012) menjelaskan bahwa secara garis besar game online dapat digolongkan sebagai berikut. Pertama Massively Multiplayer Online First-person Shooter Games (MMOFPS), game online jenis ini mengambil sudut pandang orang pertama sehingga seolah-olah pemain berada dalam permainan tersebut.</p>
--	--	---	--	---

				Permainan ini biasanya mengambil setting peperangan dengan senjata-senjata militer. Contoh permainan jenis ini antara lain Counter Strike, Call of Duty, Point Blank, Quake, Blood, Unreal.
5	Perbedaan dengan penelitian ini	Penelitian terdahulu menggunakan studi fenomenologi sedangkan peneliti menggunakan studi kasus	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan subjektif ,sedangkam peneliti menggunakan pendekatan deskriptif	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan subjektif ,sedangkam peneliti menggunakan pendekatan deskriptif

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

Menurut Stephen Covey (1997), Komunikasi merupakan keterampilan yang paling penting dalam hidup kita. Kita menghabiskan sebagian besar jam disaat kita sadar dan bangun untuk berkomunikasi. Sama halnya dengan pernafasan, komunikasi kita anggap sebagai hal yang otomatis terjadi begitu , sehingga kita tidak memiliki kesadaran untuk melakukannya dengan efektif.

Istilah komunikasi (*communication*) berasal dari kata : *common* yang berarti “sama” dengan maksdu sama makna, sehingga secara sederhana dapat dikatakan komunikasi merupakan proses menyamakan persepsi, pikiran dan rasa antara komunikator dengan komunikan.

Namun secara lengkap, Supriyanto (1982) mengutip berbagai definisi komunikasi sebagai berikut :

- 1.) Komunikasi ialah mekanisme hubungan antara manusia untuk mengembangkan isi pikiran dengan lambing – lambang yang mengandung pengertian dengan cara yang leluasa serta tepat pada waktunya (Charles H.Cooley).
- 2.) Komunikasi adalah proses pengoperan perangsang / lambing – lambing bahasa dari komunikator kepada komunikan untuk mengubah tingkah laku individu-individu komunikan (Carl I Hovland).

- 3.) Komunikasi sebagai pengoperan lambang – lambang yang berarti diantara individu – individu (William Albig).
- 4.) Komunikasi adalah proses penyampaian informasi , pengetahuan dan pengalaman supaya timbul saling pengertian, keyakinan/kepercayaan serta control yang diperlukan (Sir Gerald Barry).
- 5.) Komunikasi ialah usaha mengadakan “persamaan” dengan orang lain (Wilbur Schramm)

Sedangkan Mulyana (2004) juga melengkapi berbagai definisi antara lain

- 1.) Komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan symbol – symbol, kata – kata , gambar, figure , grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut komunikasi (Barnard Berelson dan Gary A.Steiner).
- 2.) Setiap tinndakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima (Theodore M.Newcomb).
- 3.) Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk memengaruhi perilaku penerima (Gerald R.Miller).

- 4.) Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud mengubah tingkah laku mereka (Everett M.Rogers).
- 5.) (Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan – pertanyaan berikut). Who say what in wich Channel to Whom With What Effect? (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?) (Harold Lasswell).

2.1.2.1 Bentuk Dasar Komunikasi

Apakah pesan akan disampaikan melalui tulisan (*written*) atau lisan (*oral*), dan perlunya memperkuat kata dengan gerak atau tindakan, termasuk mengatur ruangan yang mampu menghidupkan diskusi

- 1.) Komunikasi Verbal (*Verbal Communication*) merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui lisan (*oral*) dan tulisan (*written*). Sehingga berbincang dengan orang, menelepon,berkirim surat,membacakan buku,melakukan presentasi diskusi,menonton televise merupakan contoh komunikasi Verbal
- 2.) Komunikasi Nonverbal (*Nonverbal communication*) merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan bahasa isyarat atau body language sebagai saran berkomunikasi dengan orang lain. Contoh perilaku nonverbal

mengepalkan tinju, menggigit jari sendiri, membuang muka, tersenyum pada orang lain, dan menjabat tangan.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Effendy (1986) terdiri dari dua tahap meliputi secara primer dan sekunder.

1.) Proses Komunikasi Primer

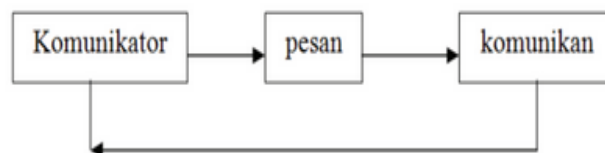
Proses komunikasi primer merupakan proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi meliputi bahasa, kias (*gesture*), gambar, warna dsb. Syaratnya, secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2.) Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi sekunder merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama.

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



Sumber: *Komunikasi dalam kepemimpinan Organisasi*

(Akh. Muwafik Saleh, S.Sos., M.Si)

2.1.2.3 Unsur Komunikasi

Supaya proses komunikasi berlangsung baik, setiap unsur harus berperan baik, salah satu saja dari unsur tersebut tidak berjalan dengan baik, tentu komunikasi tersebut akan terganggu.

1.) Komunikator

Komunikator menurut Meinando (1981) merupakan individu atau kelompok yang mengambil prakarsa dalam mengandakan komunikasi dengan individu atau kelompok lain.

Sedang syarat umum sumber pesan atau komunikator yang baik meliputi

1. Harus memiliki pengetahuan luas
2. Tidak menyembunyikan fakta (jujur)
3. Berpendidikan baik formal atau informal
4. Mengetahui tentang apa yang dikomunikasikan

2.) Pesan

Pesan merupakan inti atau perumusan tujuan dan maksud dari komunikator kepada komunikan. Pesan ini berupa unsur yang sangat menentukan dalam keberhasilan komunikasi. Supaya pesan bisa diterima dengan baik, pesan harus memenuhi syarat harus mudah dimengerti

3.) Saluran

Supaya pesan yang diterima mudah dimengerti komunikan (*receiver*) bisa terwujud, harus dipertimbangkan secara tepat saluran yang digunakan melaksanakan komunikasi tersebut. Saluran itu meliputi :

1. Metode (cara) yang ditempuh
2. Media atau Alat yang digunakan

Efektivitas saluran (metode atau media) yang dipakai sangat memengaruhi keadaan penerimaan komunikan (*receiver*). Bahkan banyak yang menganggap, kunci keberhasilan komunikasi terletak pada pesannya.

4.) Komunikan

Komunikan (*receiver*) atau penerima memang diharapkan minimal punya pengetahuan tentang masalah yang dikomunikasikan dan memiliki pengetahuan luas. Namun kondisi komunikan tersebut beragam, sehingga keberhasilan komunikasi justru lebih banyak tergantung komunikator, pesan dan saluran. Seorang komunikator yang baik akan tahu cara memberi informasi kepada komunikan sesuai tingkat pengetahuan atau pendidikan mereka, komunikator juga akan memilih pesan yang mudah dimengerti.

5.) Efek (*Effect*)/Dampak

Harapan dari proses komunikasi, informasi, atau pesan yang disampaikan komunikator bisa dimengerti komunikan secara baik dan akhirnya membawa dampak sesuai dengan yang diharapkan.

6.) Umpan Balik (*Feedback*)

Setelah proses komunikasi berlangsung salah satu unsurnya menyangkut umpan balik (*feedback*). Arus umpan balik tersebut selalu diharapkan seseorang atau kelompok orang yang melakukan kegiatan komunikasi. Dengan umpan balik tersebut komunikator akan dapat informasi tentang bagaimana komunikasi menginterpretasikan pesan yang disampaikan komunikator atau yang diterima komunikan.

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Verderber (dikutip di Mulyana, 2004) mengemukakan, komunikasi itu memiliki dua fungsi, meliputi fungsi sosial dan pengambilan keputusan. Fungsi sosial bertujuan untuk kesenangan, menunjukkan ikatan, membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain. Pengambilan keputusan berupa memutuskan melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu, Misalnya, apakah dirinya harus kuliah atau bekerja pagi ini, bagaimana mempersiapkan diri menghadapi ujian di kampus atau tes promosi pekerjaan di kantor. Keputusan yang diambil seseorang sebagian ditetapkannya sendiri, sebagian lagi diputuskan setelah orang itu berkonsultasi dengan orang lain.

Zimmerman (dikutip di Mulyana, 2004) membagi fungsi komunikasi menjadi empat fungsi yang tidak saling meniadakan meliputi komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental.

2.1.3 Tinjauan Konstruksi

Istilah konstruksi menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul "*The Social Construction of*

Reality, A Troatise in the Sociological of Knowledge” (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Asal mula konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme, yang dimulai dari gagasan – gagasan konstruktif kognitif .Menurut Von Glasersfield pengertian konstruktif kognitif muncul pada abad ini. Dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebarakan oleh Jean Piaget, Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan – gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambattista Vico, seorang epistemolog dari Italia (Suparno,1997:24). Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia dan sejak Plato menemukan akal budi dan ide. (Bertens,1993:89,1060) Gagasan tersebut lebih konkrit lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah informasi, relasi , individu , substansi , materi , esensi dan sebagainya. Ia mengatakan, manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya , bahwa kunci pengetahuan adalah logika dan dasar pengetahuan adalah logika dan dasar pengetahuan adalah fakta (Bertens, 1993 : 137,139). Descartes kemudian memperkenalkan ucapannya “Cogito, Ergo sum” atau “ saya berfikir karena itu saya ada” (Tom Sorell, 1994 : 1). Kata – kata Descartes yang terkenal itu menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan – gagasan konstruktivisme sampai saat ini.

Sejauh ini ada tiga macam konstruktivisme, (1) konstruktivisme radikal, (2) realism hipotesis ,(3) konstruktivisme biasa (Suparno,1997 : 25). Konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu

kriteria kebenaran .Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksikan suatu realitas ontologis obyektif namun sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalam seseorang. Pengetahuan selalu merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer apa yang dibentuk oleh pikiran manusia. Kaum konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksikan suatu realitas ontologis obyektif namun sebagai sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang.

2.1.3.1 Konstruksi Identitas Virtual

Identitas merupakan sesuatu yang terdapat dalam diri seseorang yang bukan semata-mata melekat begitu saja pada diri seseorang tersebut, identitas juga merupakan suatu tahapan yang tanpa disadari selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam perspektif interaksional, proses pembentukan identitas terjadi melalui beberapa model tahapan, yaitu :

1) *Induction*, dalam tahapan ini identitas terbentuk dari sudut pandang yang dimiliki oleh individu. Untuk pertama-tama individu menyadari keberadaan dirinya telah tergabung dalam suatu kelompok tertentu. Selain itu individu mulai menyadari dalam relasi sosial, identitas sosial merupakan hal yang penting untuk mengikat dan merepresentasikan anggota-anggotanya. Dalam tahapan ini terdapat proses konsensus, yang dimana menentukan berbagai gagasan dan menentukan nilai-nilai yang didapat dari kesepakatan bersama, dimana berfungsi sebagai suatu fondasi dalam membentuk identitas dalam kelompok tersebut.

2) *Deduksi*, model ini menjelaskan bahwa pembentukan identitas merupakan sesuatu yang dibentuk dari kelompok ke dalam individu, yang ditandai dengan adanya masuknya nilai-nilai dan penggunaan atribut kelompok dalam diri individu.

3) *Multidimensional*, dalam model ini terjadi proses arbitrary dimana proses pembentukan identitas individu tidak diketahui awal mulanya. Dalam model ini terdapat dua orientasi pembentukan identitas seseorang yaitu identitas sosial dan identitas personal. Pembentukan Identitas personal terjadi ketika individu berada dalam sebuah kelompok. Dan proses pembentukan identitas personal akan dilakukan ketika individu menampilkan keunikan yang ada pada dirinya.

Menurut Tim Jordan (1999:60) ada dua kondisi yang bisa menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internet, yaitu:

(1). Untuk melakukan koneksi di *cyberspace* setiap orang harus melakukan *logging in* atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis *username* dan *password* untuk membuka akses ke email, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Ketika prosedur tersebut dilalui, maka individu akan mendapatkan semacam *their own individualizes place* di mana setiap individu mendapatkan laman khusus yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang biasa disebut dengan istilah akun (*account*)

(2). Memasuki dunia virtual kadang kala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasikan atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual. Pengguna Facebook, sebagai misal, harus memasukan

informasi dirinya seperti nama, tempat tanggal lahir, pendidikan, hobi dan sebagainya. Informasi inilah yang tidak hanya bisa diakses oleh si pemilik akun, melainkan juga bisa dibaca oleh semua orang yang terkoneksi ke situs jejaring sosial.

Penggambaran lain dari kondisi di atas adalah dunia MUD. Menurut istilah MUD berasal dari *Multi – User Dungeons* atau *Multi – User Dimensions* (Stone,1995:68:70;Turkle,1995:11-14). Secara terminologi MUD diartikan sebagai sebuah program computer yang diatur sedemikian setiap *user* yang terkoneksi,disebut dengan *player* (pemain), akses untuk sebuah laman, objek, *landscape*. Akses inilah yang bisa digunakan pemain untuk membangun interaksi komunikasi dengan pemain lain; membangun rumah, memakai peralatan, menjadi musuh atau kawan,atau menjalankan (program) permainan yang sudah diatur. Ada dua model program MUD, model pertama adalah petualangan atau pertarungan (*adventure MUDs*) di mana setiap pemain harus menyelesaikan tugas/misi tertentu dan model sosial (*social MUDs*) yang hanya menjalankan interaksi sosial semata.Setidaknya ada tiga hal yang membedakan antara *social MUDs* dengan *adventure MUDs*, yakni tidak adanya target akhir yang harus dicapai,aktivitas yang dijalankan bukanlah aktivitas yang menentukan aktivitas selanjutnya, dan karakter (Curtis, 1992:26; Reid,1995:165; Quitter,1994a). Namun, karakteristik MUD terpenting berdasarkan kepada teks; semua deskripsi tentang lokasi,apa yang harus dilakukan, dan bahkan berkomunikasi dengan pemain lain nya dilakukan dengan teks yang ada di layar komputer.Saat melakukan aktivitas inilah pemain membangun jaringan, membuat pertemanan dan pada akhirnya mengekspresikan perasaanya secara virtual dalam proses komunikasi,namun

karakteristik MUD terpenting berdasarkan kepada teks; semua deskripsi tentang lokasi, apa yang harus dilakukan, dan bahkan berkomunikasi dengan pemain lainnya dilakukan dengan teks yang ada dilayar komputer.

Saat melakukan aktivitas inilah pemain membangun jaringan, membuat pertemanan, dan pada akhirnya mengekspresikan perasaannya secara *virtual* dalam proses komunikasi. Individu di dalam MUD dapat bertemu dengan individu lain, melakukan aktivitas virtual secara bersamaan, mengungkapkan perasaan terhadap individu lain, bahkan dalam kondisi tertentu melakukan pernikahan virtual. Keberadaan tubuh menjadi sesuatu yang bisa dikreasikan oleh siapa pun di dalam MUD, berbeda dengan dunia nyata dimana kita tidak bisa memilih dilahirkan sebagai wanita atau pria, berkulit putih atau hitam, dan sebagainya.

Interaksi virtual inilah yang pada akhirnya akan melahirkan *self-definition* dan menawaarkan *self-invention*. Setiap individu memiliki kemampuan tanpa batas untuk mengkreasi siapa dirinya di dunia siber dan hasil kreasi itulah yang nantinya akan mewakili individu dalam memainkan peran nya serta berinteraksi di internet. Pilihan untuk membuka identitasnya secara jujur.

2.1.3 Tinjauan Identitas

Identitas di dunia maya internet merupakan hal yang tidak mudah untuk dijelaskan (Holmes,1997). Hal ini dengan mudah dipertukarkan di ranah ini (Michaelson & Pohl,2001). Seseorang laki – laki dapat menjadi perempuan dengan membuat akun perempuan di sebuah jejaring sosial maya internet. Sosok perempuan dikonstruksinya melalui informasi pribadi yang ditampilkan atau interaksi yang

dilakukannya sebagai seorang perempuan. Tidak hanya mengenai gender , melainkan bentuk identitas – identitas lain seperti agama, lokasi, asal – usul. Identitas di dunia maya begitu cair. Representasi dan keberadaannya dapat berubah – ubah sepanjang waktu dan dalam waktu yang singkat . Seseorang juga dapat memiliki beberapa identitas. Misal ia dapat memiliki beberapa identitas akun yang berbeda dalam satu waktu.

Memasuki dunia virtual kadang kala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu itu mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual. Setiap individu di media siber juga memiliki kemampuan tanpa batas untuk mengkreasi siapa yang di dunia virtual, dan hasil kreasi itulah yang nantinya yang akan mewakili individu dalam memainkan perannya serta berinteraksi di internet . Pilihan untuk membuka identitasnya secara jujur dengan pilihan untuk membuat identitas palsu merupakan pilihan yang bisa diambil. Sementara Shirley Turkle dalam bukunya *The Second Self : Computers dan the Human Spirit* (1984) dan *Life on the Screen : Identity in the Age of Internet* (1995) menyatakan bahwa internet telah menghubungkan miliaran individu dari belahan Bumi manapun 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 dimana 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. Di era internet saat ini, ketika berbicara tentang

interaksi antarmanusia, khalayak berpartisipasi dengan orang lain di 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 mempengaruhi kesadaran khalayak. Komputer tidak hanya mengatalisasi cara hidup, tetapi juga pada cara berpikir : yang dalam publikasi terakhir Turkle (2011) memperkenalkan term “*alone together*” sebagai realitas kebutuhan individu kepada perangkat teknologi dibandingkan dengan menyadarkan kebutuhan, misalnya interaksi dengan individu lain.

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 ada representasi yang bisa menunjukkan identitas asli seseorang. Terakhir *anonymity* atau *anonym* merupakan bentuk baru identitas yang benar – benar terpisah dan tidak bisa dirujuk kepada siapa identitas itu dimiliki.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konperensi dan sebagainya.

Michael Burgoon (Wiryanto, 2005: 122) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

Komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota kelompok dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat. (Burgoon dan Ruffner dalam Rismawaty, 2014: 182)

Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

2.1.3.1 Klasifikasi Kelompok dan karakteristik komunikasinya

Telah banyak klasifikasi kelompok yang dilahirkan oleh para ilmuwan sosiologi, namun dalam kesempatan ini kita sampaikan hanya tiga klasifikasi kelompok.

1. Kelompok primer dan sekunder.

Charles Horton Cooley mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggotaanggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita. (Rakhmat J, 2003: 142) membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

- a. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur backstage (perilaku yang kita tampilkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
- b. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
- c. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok sekunder adalah sebaliknya.
- d. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.

e. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal .

2. Kelompok keanggotaan dan kelompok rujukan.

Theodore Newcomb (1930) dalam (Rakhmat J, 2003: 122) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (*membership group*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administrative dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normative, dan fungsi perspektif. Saya menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan saya, untuk mengukur dan menilai keadaan dan status saya sekarang (fungsi komparatif). Islam juga memberikan kepada saya miliki kerangka rujukan untuk membimbing perilaku saya, sekaligus menunjukkan apa yang harus saya capai (fungsi normative). Selain itu, islam juga memberikan kepada saya acara memandang dunia ini dengan cara mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa, dan orang yang saya temui (fungsi perspektif).

3. Kelompok deskriptif dan kelompok prespektif

John F. Cragan dan David W. Wright (1980) (Rakhmat J, 2003: 147) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan

klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: a. kelompok tugas, b. kelompok pertemuan, c. kelompok penysadar.

Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok. Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penysadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer

2.1.3.2 Pengaruh Kelompok pada perilaku komunikasi

Dalam buku (Rakhmat, 2003: 149) membagi pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi yakni:

1. Konformitas

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju N(norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau dibayangkan.

Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau menjadi ketua kelompok, aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

2. Fasilitas social

Fasilitasi (dari kata Prancis *facile*, artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonc (1965) menjelaskan bahwa kehadiran orang lain dianggap menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi energi yang meningkat akan mempertinggi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah, respon yang dominan adalah respon yang benar, karena itu peneliti melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

3. Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu.

Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menentang lebih

2.1.4 Tinjauan Media Sosial

Dalam era kompetisi, era komunikasi, era perang citra atau lebih dikenal dengan era globalisasi, luberan informasi menjadi suatu hal yang tak dapat dibendung lagi. Setiap orang pasti diterpa dan menerpakan dirinya kepada media massa cetak dan elektronik, termasuk pada media online sebagai hasil perkembangan teknologi komunikasi yang sudah ada. Pesan-pesan komunikasi melalui media massa itu, yang dahulu lebih bersifat linier atau satu arah, kini bisa bersifat interaktif, dan perpaduan berbagai teknologi komunikasi seperti telepon, satelit, komputer, dan lainnya, komunikasi interaktif media online atau internet, teleconference atau video conference

Media online adalah media yang digunakan dalam kegiatan interaksi sosial yang memakai teknik dan daya akses tinggi. Media online memakai teknologi berbasis web, mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif dan bisa difungsikan sebagai revitalisasi hubungan sosial diantara sesama pengguna. Media online bisa menjadi tempat bertemu secara maya untuk keluarga, sahabat, atau kolega yang terpisah jarak dan waktu. Adanya media online membuka kesempatan untuk setiap individu bisa menjadi pengirim dan sekaligus penerima. Hanya dengan bermodalkan akses ke dunia maya, lalu membuat akun di penyedia jasa media online, maka setiap individu sudah memiliki sebuah media yang bersifat one-to-many. Kehadiran media online tidak

berbayar, yang sekarang sudah sangat bervariasi, membuat penggunaan media online menjadi suatu praktek yang lumrah. Tanpa memerlukan keahlian khusus bahasa pemrograman, memanfaatkan media online menjadi sangat mudah (user friendly). Sehingga hampir semua kalangan pun menjadi familiar dengan media online ini. Media online bisa dipakai untuk menunjang aktivitas rutin pengguna atau aktivitas lainnya. Beberapa perusahaan atau individu menggunakan media online untuk melancarkan aktivitas bisnisnya. Untuk media online yang berbasis bakat dan minat, media online bisa dipakai sebagai wadah untuk saling berbagi karya dan memberi masukan. Media online dirasakan relatif lebih murah dan lebih mudah untuk diakses oleh siapa saja untuk menyampaikan serta mendapat informasi, dibanding dengan media tradisional yang memerlukan biaya yang lebih mahal serta sulit untuk menyampaikan pemberitaan atau informasi.

2.1.5 Tinjauan Instagram

Instagram sebagai sebuah media sosial, banyak orang yang tak tahu arti sebenarnya dari pemakaian kata tersebut. Disusun dari dua kata, yaitu “Insta” dan “Gram”. Arti dari kata pertama diambil dari istilah “Instan” atau serba cepat/mudah. Namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah “Instan” merupakan sebutan lain dari kamera Polaroid. Yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah membidik objek. Sedangkan kata “Gram” diambil dari

“Telegram” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Dari penggunaan dua kata tersebut, kita jadi semakin memahami arti dan fungsi sebenarnya dari Instagram. Yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini.

Fitur-fitur yang ada di Instagram Di dalam aplikasi instagram terdapat fitur-fitur yang dapat digunakan, diantaranya sebagai berikut :

1. Pengikut

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

2. Mengunggah foto

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto-foto yang ada di album foto.

3. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam Device tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna.

4. Efek foto

sebelum membagikan foto atau video di Instagram, para pengguna dapat memberikan efek-efek pada foto atau video tersebut. Efek-efek yang digunakan sudah terdapat dalam aplikasi Instagram. Setelah itu memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna.

5.Arroba

Instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyebut pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyebut pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya hal itu dilakukan dengan maksud untuk dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya.

6.DM atau Direct Message

merupakan fitur yang dapat digunakan untuk mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna Instagram yang lain. Dalam fitur ini juga dapat digunakan untuk membentuk suatu grup bagi para penggunanya untuk dapat berkomunikasi dengan orang banyak sekaligus.

Instagram sangat fokus pada tujuannya untuk menjadi mediator komunikasi melalui gambar atau foto. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat memaksimalkan fitur kamera pada gadgetnya dengan maksimal. Pengguna hanya tinggal melakukan pemotretan, melakukan koneksi dengan aplikasi ini dan mengedit bila perlu untuk kemudian diupload ke server Instagram. Foto yang telah dibagikan akan otomatis dishare kepada followers sekaligus server pusat. Setiap orang dapat "berkomunikasi"

dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi yang baru dimana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar. Komunikasi di era cyber

2.1.7 Tinjauan Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* .Artinya adalah masyarakat, public , milik bersama, atau banyak orang. Dalam ilmu Sosiologi, komunitas dapat diartikan sebagai kelompok orang yang saling berinteraksi yang ada di lokasi tertentu. Namun,definisi ini terus berkembang dan diperluas menjadi individu – individu yang memiliki kesamaan karakteristik tanpa melihat lokasi atau tipe interaksinya.

Menurut Ahli Sosiologi, sebuah komunitas akan memiliki empat ciri utama,yaitu:

1. Adanya keanggotaan di dalamnya.Tidak mungkin ada komunitas tanpa ada anggota di dalamnya.
2. Adanya saling mempengaruhi. Anggota – anggota komunitas bisa saling mempengaruhi satu dengan lainnya.
3. adanya integrasi dan pemenuhan kebutuhan antar anggota
4. adanya ikatan emosional antar anggota

Jadi dapat diketahui komunitas adalah kelompok orang yang memiliki identitas yang hamper sama dimana faktor lokasi tidak terlalu relevan lagi. Yang penting, anggota komunitas harus berinteraksi secara regular.

Ditinjau dari medianya, komunitas terbagi menjadi dua, yaitu komunitas online dan komunitas offline.

1. Komunitas Online/Virtual merupakan komunitas yang disatukan oleh kesamaan pekerjaan, hobi, atau faktor penyatu lainnya. Dimana media integrasi dan komunikasinya masih menggunakan teknologi non – internet, seperti pertemuan fisik, telepon, surat menyurat dan sebagainya.
2. Komunitas offline adalah komunitas yang disatukan oleh kesamaan pekerjaan, hobi, atau factor penyatu lainnya di mana media integrasi dan komunikasinya masih menggunakan teknologi non – internet, seperti pertemuan fisik, telepon, surat menyurat dan sebagainya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran berisi tentang variabel yang diteliti, dapat berisi pengaruh atau hubungan antara variabel satu dengan variabel lain, peran kerangka pemikiran adalah memudahkan pemahaman rumusan masalah, hipotesis dan metode penelitian yang dikerjakan.

Dalam sub bab ini teori – teori yang sudah tertuang dalam kerangka teoritis diatas akan diaplikasikan pada objek penelitian konstruksi identitas komunitas Lingkar Ganja Nusantara yang menggunakan akun instagram @Lgn_id, komunitas yang terbentuk karena adanya kesamaan *interest* atau *value*. Komunitas ada yang *online* dan *offline*. Seperti Komunitas Lingkar Ganja Nusantara. Perkembangan komunitas saat ini mengikuti perkembangan internet yang terus berkembang pesat. Hal tersebut membawa perkembangan terhadap media sosial, dan ternyata memiliki keterkaitan dengan komunitas-komunitas yang ada pada saat ini. Media Sosial adalah media online yang memungkinkan para penggunanya untuk dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Salah satu media sosial yang saat ini sangat populer adalah Instagram. Instagram adalah salah satu jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto. Melalui instagram, pengguna dapat memanfaatkan berbagai fitur baik untuk berbagi foto, berbagi komentar, dan berbagi informasi lainnya. Dari media sosial tersebut, terbentuklah komunitas yang beranggotakan para pengguna media sosial sebagai instrument komunikasi bagi komunitas tersebut. Lingkar Ganja Nusantara memula perjuangan awalnya lewat media sosial facebook dengan nama Grup Facebook: Dukung Legalisasi Ganja (DLG) tanpa disadari jumlah pendukung DLG mencapai angka 11.000 pada tahun 2009, setelah sering melakukan kopdar dan perkumpulan dll, baru setelah GMM 2010 pada bulan Juni 2010 didirikanlah Lingkar Ganja Nusantara.

1). Eksternalisasi

usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat di mana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dan dunia luarnya. 2 Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia—dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia .

2). Objektivasi

objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dan kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan dihadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dan manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas sui generis. Hasil dan eksternalisasi— kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya, atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dan kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda maupun bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat dihadapi manusia sebagai penghasil dan produk kebudayaan.³ Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada di luar kesadaran manusia, ada “di sana” bagi setiap orang. Realitas

objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang.

3). Internalisasi

Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dan dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas herwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing. Sebut saja misalnya mengenai demonstrasi mahasiswa. Satu kelompok bisa jadi mengkonstruksi gerakan mahasiswa sebagai anarkis, di luar batas, dan mengganggu masyarakat serta dijadikan alat permainan elite politik tertentu. Tetapi orang dan kelompok sosial yang lain bisa jadi mengkonstruksi gerakan mahasiswa itu, memperjuangkan nasib rakyat, dan berjuang tanpa pamrih. Konstruksi yang mereka buat itu dilengkapi dengan legitimasi tertentu, sumber kebenaran tertentu, bahwa apa yang mereka katakan dan percayai itu adalah benar adanya, punya dasar yang kuat.

Teori yang akan digunakan untuk membantu penulis dalam meninjau penelitian yang dilakukan adalah teori realitas sosial adalah khas Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Teori ini dilansir dalam buku *The Social Construction of Reality : A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Sejak dicetuskan pada 1966, teori ini banyak menginspirasi ranah ilmu sosial, termasuk komunikasi. Namun tidak jarang muncul kritik dan masukan pada teori tersebut. Termasuk teori untuk melengkapi sesuai dengan perkembangan sosial yang terus berjalan. Secara umum, teori Berger dan Luckman membahas tentang sosiologi pengetahuan. Keduanya berusaha mengembalikan hakikat dan peranan sosiologi pengetahuan dalam kerangka ranah sosiologi. Ada beberapa langkah yang dilakukan keduanya. Antara lain, mereka mencoba mendefinisikan pengertian apa itu 'kenyataan' dan 'pengetahuan' dalam konteks sosial. Selain itu, Berger dan Luckman, menemukan metodologi yang tepat untuk meneliti pengalaman intersubjektivitas dalam konstruksi realitas sosial. Terakhir, mereka memilih logika yang tepat dan relevan untuk sosiologi pengetahuan. Menurut keduanya, kenyataan dibangun secara sosial, sehingga sosiologi pengetahuan harus menganalisis terjadinya kenyataan tersebut. Dalam pengertian tersebut, setiap individu dalam masyarakat merupakan pihak yang membangun masyarakat, pengalaman individu tidak bisa dipisahkan dengan gerak dan dinamika masyarakatnya. Dan sinilah lahirnya tiga konsep mereka yang terkenal, yakni, proses dialektis objektivasi, internalisasi, dan eksternalisasi. Internalisasi adalah proses ketika masyarakat sebagai kenyataan subjektif menyiratkan realitas objektif ditafsirkan secara subyektif oleh setiap individu. Dalam proses renafransikan tersebut terjadilah internalisasi. Dengan demikian,

internalisasi merupakan proses manusia untuk memasukan dunia yang dihuni bersama individu yang lain. Objektivikasi merupakan basil yang digapai (mental dan fisik) dan eksternalisasi. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif setiap individu, ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami masing-masing individu. Pada tahap inilah masyarakat harus dilihat sebagai realitas yang objektif. Sedangkan eksternalisasi adalah usaha atau ekspresi setiap individu ke dalam dunia, baik mental ataupun fisik. Proses ini adalah ekspresi untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Harus diakui internet menciptakan kebebasan individu yang tidak pernah ada dan terbayangkan sebelumnya. Tanpa sekat kultural apapun (termasuk sekat etnis, ras, agama, geografis, dan strata sosial) individu bebas melakukan aktivitas di ruang cyberpublik. Ia bebas berpendapat, ber ekspresi, dan berserikat tanpa ketakutan. Dalam situasi dan kondisi ini, kontrol etika dan moral cenderung mengendur. Etika sosial dan keluarga, masyarakat, negara, dan institusi formal lain yang selama ini mengikat dan membatasi ruang gerak akan memudar. John Perry Barlow melihat internet sebagai keterputusan yang membebaskan diri dan semua bentuk kekuasaan negara yang akan mencoba meregulasinya.

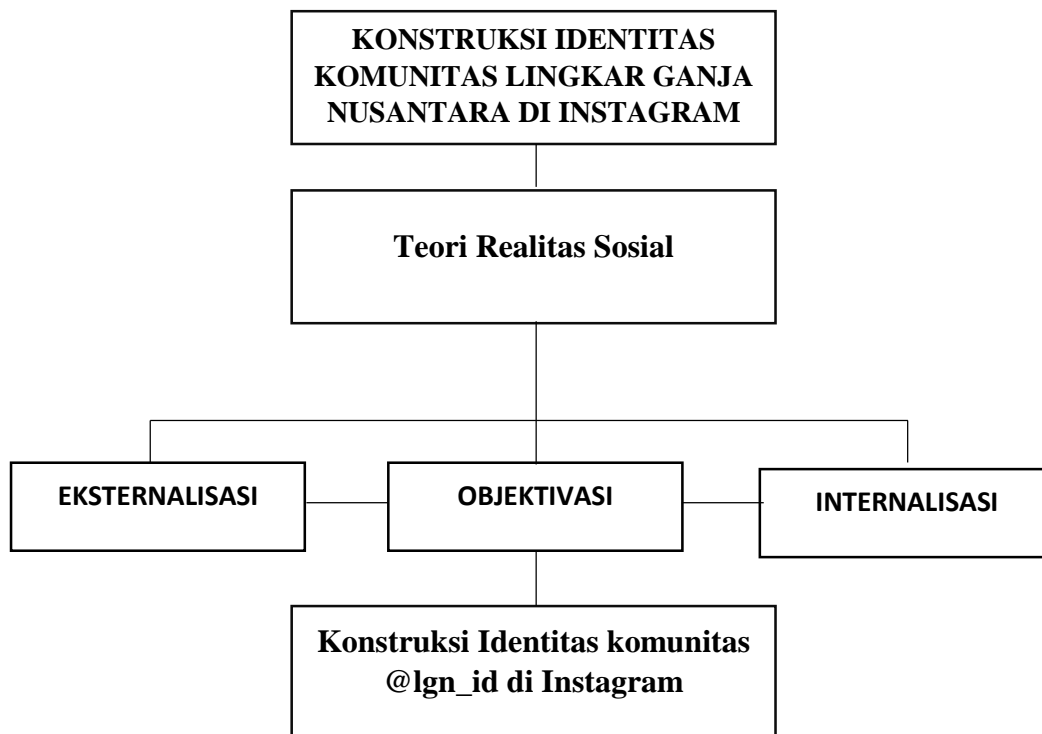
Salah satu pembentuk konstruksi realitas di dunia modern adalah media massa. Seraya melontarkan kritik terhadap Berger dan Luckmann, Burban Bungin menyebutkan media massa, termasuk surat kabar, menjadi variable yang sangat substantive dalam proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Karena pengaruh media massa itulah, ia memunculkan teori baru sekaligus revisi terhadap Berger dan Luckmann dengan tiga terminologi, yaitu, eksternalisasi, subjektivikasi,

dan intersubjektif. Inti dan teori ini terletak pada sirkulasi informasi cepat dan luas yang disebarkan oleh media massa, sehingga konstruksi sosial akan berlangsung sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang dibangun media massa tersebut membentuk opini publik, massa cenderung apriori, dan opini massa cenderung sinis.

Peneliti memilih teori ini karena peneliti ingin membahas lebih dalam tentang bagaimana komunitas Lingkar Ganja Nusantara melakukan dan memperoleh identitas sosialnya dalam berkelompok atau dalam komunitas secara langsung maupun dengan menggunakan Instagram.

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti,2020