

Interaksi Simbolik Kelompok Kebapakan (Studi pada Grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar - Revisi 2”)

Kadek Sutama Yasa¹⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan²⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: kadeksutamayasa@outlook.com¹⁾, ramaswati.purnawan@unud.ac.id²⁾,
rasamanda13@gmail.com³⁾

ABSTRACT

“Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2” is a group on Facebook that accomodates their members to interact each others like how a dad interact. This study purposes is to know and explain how the symbolic interactionism within the group’s member. This study is a descriptive-qualitative study which used Symbolic Interactionism theory by George Herbert Mead with its three main concept: ‘mind’, ‘self’ and ‘society’. The data in this study were collected using interview and documentation method. The study results show that the groups were founded to facilitate the members to can interact with “dad’s joke”, which is also being the symbols on this group. In ‘mind’ concept, the group members interprets dad’s jokes using cringe and unique typing style. In ‘self’ concepts, the group members build their own self concept through group interaction. In ‘society’ concepts, this group as a social network constructed by its members through their interaction.

Keywords: *Symbolic Interactionism, Mind, Self, Society*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktivitas pertukaran pesan antara pengirim pesan (sender) kepada penerima pesan (receiver) (Wibowo, 2013:241). Proses penyampaian pesan oleh sender kepada receiver biasanya didukung oleh sebuah media komunikasi.

Perkembangan teknologi turut memberikan kontribusi dalam perkembangan berbagai media komunikasi untuk mendukung proses interaksi. Starubhaar, LaRose dan Davenport dalam *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology* (2010:4) menyebutkan bahwa istilah media dahulu hanya merujuk pada media massa seperti televisi, koran dan radio, namun dengan perkembangan teknologi seperti sekarang, kini istilah media juga merujuk pada media-

media baru yang terkait dengan penggunaan media interaktif seperti internet.

Oetomo (2002) mendefinisikan internet sebagai sebuah jaringan komputer yang besar, yang kemudian dibagi kembali ke dalam jaringan-jaringan kecil yang memungkinkan suatu komputer dengan komputer lainnya dapat saling terhubung satu sama lain, Jaringan komputer ini dapat mencakup seluruh penjuru dunia.

Kini, akses terhadap internet dapat dilakukan melalui berbagai perangkat, sebagaimana ditunjukkan dari hasil survey Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2019-2020 (Q2), dimana pengguna terhubung ke internet melalui

perangkat komputer *desktop*, komputer *laptop*, *smartphone*/hp dan tablet, dimana persentase responden yang melakukan akses internet harian *smartphone*/hp menjadi yang tertinggi, yakni 95,4%.

Perkembangan internet turut memberikan kontribusi dalam menghasilkan beragam bentuk media untuk berkomunikasi, salah satunya media sosial. Media sosial sendiri didefinisikan sebagai sebuah media dalam internet yang memungkinkan pengguna untuk melakukan interaksi, kerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya serta membentuk ikatan sosial dalam ruang virtual. (Nasrullah, 2017).

Seiring dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan dari perkembangan teknologi, media sosial telah berkembang dengan begitu pesat dalam lingkup global, tak terkecuali di Indonesia. Pada sajian data Indonesia *Digital Report 2020* oleh wearesocial.com dan Hootsuite, ditunjukkan angka pengguna aktif media sosial di Indonesia yang mencapai angka 160 juta orang, sekitar 59% dari jumlah keseluruhan masyarakat Indonesia, dengan rata-rata penggunaan sosial media harian adalah 3 jam 26 menit.

Data tersebut turut menyebutkan berbagai platform media sosial yang diakses masyarakat Indonesia. Facebook menjadi salah satu diantaranya yang berada di urutan pengguna terbanyak di Indonesia ketiga setelah Youtube dan WhatsApp dengan 82% pengakses internet pada rentang usia 16 hingga 64 tahun. Facebook memungkinkan berbagai bentuk aktivitas interaksi virtual antar penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan seperti berbagi informasi,

memberi reaksi dan komentar, jual beli bahkan hingga membuat grup.

Layaknya sebuah komunitas yang biasanya terdiri atas anggota dengan minat yang sama, grup pada Facebook menyatukan para pengguna Facebook atas sebuah latar belakang atau tujuan yang sama dengan membangun interaksi secara virtual. Sebuah grup Facebook bernama "Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar Revisi 2", merupakan grup yang anggotanya memiliki kesamaan minat untuk bermain peran (*roleplay*) sebagai seorang bapak-bapak. Dibuat pada 13 November 2020, grup ini berisi diskusi mengenai kehidupan layaknya menjadi seorang bapak-bapak, seperti keluh kesah kehidupan sehari-hari atau sekedar guyonan khas bapak-bapak. Dengan gaya diskusi khas yang dihadirkan para anggotanya tersebut, grup ini berhasil mendapatkan perhatian publik. Hingga bulan Februari 2021, grup ini telah memiliki lebih dari 13 ribu anggota.

Melihat bagaimana interaksi yang dilakukan individu sebagai anggota grup menggunakan simbol dalam bermain peran (*roleplay*) sebagai seorang bapak-bapak menjadi dasar dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai interaksi simbolik pada anggota pada grup Facebook "Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar Revisi 2".

Rumusan Masalah

Dari paparan fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini, masalah yang kemudian dirumuskan dalam penelitian ini yaitu bagaimana bentuk interaksi simbolik pada anggota grup Facebook "Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar Revisi 2"?"

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana interaksi simbolik anggota grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar Revisi 2”.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pertumbuhan Media Sosial Sebagai Bentuk Computer Mediated Communication (CMC)

CMC merupakan sebuah bentuk komunikasi yang mengambil tempat antara manusia melalui instrumen computer, sebagaimana disebutkan Susan Herring dalam Thurlow, Lengel, dan Tomic, (2004: 15). Pixy Ferris mendefinisikan CMC secara general sebagai sebuah bentuk interaksi secara interpersonal yang terhubung perangkat komputer, meliputi komunikasi secara *asynchronous* dan *synchronous* melalui fasilitas internet. Komputer wajib terhubung ke jaringan internet untuk dapat terhubung dengan komputer lain secara global.

Media sosial merupakan salah satu bentuk CMC, yang memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan dimediasi komputer yang terhubung dengan internet. Media sosial merupakan bentuk baru dari media *online* (Mayfield, 2008:5). Mayfield turut menambahkan bahwa media sosial sendiri memiliki karakteristik: (a) Partisipasi; (b) Keterbukaan; (c) Percakapan; (d) Komunitas; dan (e) Keterhubungan.

Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik (*Symbolic Interaction Theory*) merupakan sebuah teori yang menyoroti hubungan antara simbol dengan interaksi dalam proses komunikasi. Dalam West dan Turner (2009:77), George Herbert Mead, yang dianggap sebagai pemrakarsa teori Interaksi Simbolik, begitu kagum terhadap kemampuan individu dalam penggunaan simbol. Ia pun mengatakan bahwa seseorang bertindak didasarkan pada makna simbolik yang muncul dalam situasi tertentu.

Herbert Mead turut mengungkapkan tiga konsep utama teori interaksi simbolik yang disajikan dalam buku bertajuk *Mind, Self and Society* (West dan Turner, 2009:77). Oleh Mead, ketiga konsep tersebut diperlukan dan bergantung satu sama lain dalam penyusunan teori interaksi simbolik. Ketiga konsep tersebut terdiri dari: (a) *mind* (pikiran); (b) *self* (diri); dan (c) *society* (masyarakat).

Konsep *mind* didefinisikan Mead sebagai sebuah kemampuan dalam menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna sosial yang umum, dan Mead meyakini bahwa kemampuan tersebut harus dikembangkan manusia melalui proses interaksi yang dilakukan dengan orang lain (West dan Turner, 2009:86). *Mind* memungkinkan manusia untuk dapat membentuk gambaran dalam diri manusia mengenai bagaimana pandangan terhadap masyarakat dari luar diri kita (West dan Turner, 2009:86).

Konsep penting yang dikemukakan selanjutnya yakni *self*, yang didefinisikan Mead sebagai sebuah kemampuan seseorang dalam merefleksikan diri mereka

dari perspektif orang lain (West dan Turner, 2010:87). Terkait konsep self, Mead, dalam West dan Turner (2009:88), turut memperkenalkan konsep *I* dan *Me*. Mead menyebut *I* sebagai subjek atau pribadi yang bertindak dan *Me* sebagai objek atau pribadi pengamat diri yang bertindak. Dijelaskan juga bahwa *I* adalah pribadi dengan karakteristik spontan, impulsif namun kreatif, sedangkan *Me* adalah pribadi yang lebih cenderung reflektif dan peduli lingkungan sekitarnya.

Konsep penting terakhir yang dikemukakan Mead adalah *society*, yang didefinisikan Mead sebagai sebuah jejaring dari hubungan sosial yang dibuat manusia (West dan Turner, 2009:88). Jejaring tersebut diciptakan, kemudian dibangun dan dikonstruksikan manusia sebagai individu yang menjadi bagian dari masyarakat, terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, hingga akhirnya mengantarkan manusia dalam berproses untuk mengambil peran di tengah masyarakat.

Konsep Diri

Dalam West dan Turner (2009:82), dijelaskan bahwa *self concept* atau konsep diri merupakan sekumpulan persepsi yang diyakini seseorang mengenai dirinya sendiri. Konsep diri dibentuk dari beberapa hal, yakni ciri-ciri fisik, peranan, bakat, suasana emosi, nilai-nilai, keterampilan dan batasan sosial, intelektualitas dan sebagainya (West dan Turner, 2009:82).

Dalam teori konsep diri, seseorang digambarkan sebagai pribadi yang aktif dan

didasarkan pada interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan pendekatan deskriptif-kualitatif dan menggunakan paradigma post-positivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara melibatkan dua jenis informan, yakni: (a) informan utama yaitu anggota grup yang paling aktif melakukan interaksi berupa unggahan status, reaksi atau komentar pada grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar Revisi 2”, dapat berupa anggota biasa, administrator atau moderator grup; dan (b) informan pendukung yaitu pendiri grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar - Revisi 2”.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Pembentukan Grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2”

JR, salah seorang pendiri grup yang turut terlibat menjadi informan pendukung dalam penelitian mengungkapkan bahwa pembentukan grup ini berawal dari pembicaraan para pendiri di tahun 2019 yang membicarakan bahwa di saat itu belum ada grup yang mengandung *jokes* bapak-bapak didalamnya. Grup ini akhirnya dibuat dengan bertemakan *jokes* bapak-bapak. Tujuan dibentuknya grup ini tidak lebih dari sekedar *having fun*, namun tanpa perundungan dan

caci maki. Grup “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2” tidak membuat batasan spesifik terhadap orang-orang yang ingin bergabung ke dalamnya. Meski mengandung unsur ‘bapak-bapak’ dalam namanya, namun siapapun, yang bahkan bukan seorang bapak-bapak sekalipun, dapat bergabung ke dalam grup ini, selama dapat mengikuti aturan yang diberlakukan pada grup.

Kegiatan Anggota Grup “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2”

Grup “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar - Revisi 2” memiliki beberapa jenis kegiatan yang melibatkan interaksi antara anggota grup didalamnya. Beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain:

- (1) Diskusi Anggota Grup, dilakukan melalui fitur posting yang kemudian dapat ditanggapi oleh anggota lainnya melalui fitur suka, serta pada kolom komentar.
- (2) Pembuatan kaos, yang diinisiasi pengurus grup.
- (3) *Fun Games Event*, dilakukan dalam rangka menyambut peringatan hari besar.
- (4) Edukasi Ilmu Kebapakan, berisi edukasi terhadap anggota grup tentang interaksi layaknya seorang bapak-bapak.

Interaksi Simbolik Anggota Grup “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar - Revisi 2”

Temuan penelitian yang didapat dengan wawancara bersama 5 (lima) orang informan utama yakni informan I (AA), informan II (AHF), informan III (AJS), informan IV (BST) dan informan V (EN) dianalisis dengan mengacu pada konsep Mind, Self dan Society yang dipaparkan George Herbert Mead dalam teori interaksi simbolik. Pada dasarnya, teori ini menyoroti bagaimana hubungan antara simbol dengan interaksi dalam proses komunikasi.

1. Mind

Mind atau pikiran didefinisikan Mead sebagai sebuah kemampuan penggunaan simbol oleh manusia yang memiliki makna sosial yang umum, dimana kemampuan tersebut harus dikembangkan manusia melalui interaksi yang dilakukan dengan orang lain.

Anggota grup berinteraksi dengan sesama anggota untuk mengembangkan makna dari interpretasi mereka mengenai *jokes* bapak-bapak, yang menurut para informan memiliki ciri khas garing dengan penggunaan gaya penulisan yang khas (seperti penyingkatan tulisan dan penggunaan emotikon). Informan II, III, IV, dan V melakukan interaksi dengan *roleplay* sebagai seorang “bapak-bapak” dengan ciri khas dan gaya penulisan khas yang mereka maknai layaknya milik seorang bapak, sedangkan informan I melakukan interaksi dengan *roleplay* sebagai seorang “bunda”, dengan karakter humoris namun terkadang marah tanpa sebab.

2. Self

Self atau diri didefinisikan Mead sebagai sebuah kemampuan seseorang dalam merefleksikan diri mereka dari perspektif orang lain.

Konsep mengenai diri seseorang dapat dibentuk dari sekumpulan persepsi yang diyakini seseorang mengenai dirinya sendiri. Adapun persepsi tersebut diantaranya ciri-ciri fisik, peranan, bakat, suasana emosi, nilai-nilai, keterampilan dan batasan sosial, intelektualitas dan sebagainya. Teori konsep diri menggambarkan seseorang sebagai pribadi yang aktif dengan didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lain.

Informan dapat membentuk konsep terhadap diri mereka melalui interaksi yang dilakukan di grup "Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2". Beberapa diantaranya bahkan melakukan permainan peran tertentu, diantaranya: (1) informan I yang membangun konsep diri sebagai seorang "bunda" dengan karakteristik humoris dan terkadang marah-marah tidak jelas; (2) informan II membangun konsep diri sebagai seorang bapak "sesepuh" kampung dengan karakteristik humoris namun edukatif dan tegas. Informan lainnya yakni III, IV dan V membangun konsep diri sebagai seorang yang humoris tanpa melakukan permainan peran tertentu.

Terkait konsep *self*, pada penelitian ditemui konsep *I* dan *Me* pada anggota grup. melihat konsep *I* sebagai subjek ada pada diri informan sebagai anggota grup "Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2" dengan alasan atau tujuan yang mendorong mereka bergabung ke dalam grup untuk

melakukan roleplay. Adapun pada informan I, *I* sebagai subjek ada dalam dirinya yang hendak melakukan roleplay sebagai bunda dengan tujuan mencari hiburan dan memahami jokes yang diberikan seorang bapak. Pada informan II, *I* sebagai subjek ada pada dirinya yang hendak melakukan roleplay sebagai bapak-bapak dengan tujuan untuk menyalurkan hobinya membuat *meme* bertemakan jokes bapak-bapak. Pada informan III, *I* sebagai subjek ada pada dirinya yang melakukan *roleplay* dengan tujuan untuk menambah wawasan tentang komedi. Pada informan IV, *I* sebagai subjek ada pada dirinya yang melakukan roleplay dengan didasari atas ketertarikannya terhadap *jokes* bapak-bapak yang bersifat sederhana dan khas. Pada informan V, *I* sebagai subjek ada pada dirinya yang melakukan roleplay yang didasari atas penilaiannya terhadap jokes pada grup yang sesuai dengan selera *jokesnya*.

Sedangkan konsep *Me* sebagai objek yang ada pada diri informan sebagai anggota grup dengan interpretasi tersendiri terhadap jokes bapak-bapak yang mendukung proses interaksi yang dilakukan di grup.

3. *Society*

Society didefinisikan Mead sebagai sebuah jejaring dari hubungan sosial yang dibuat manusia. Jejaring tersebut diciptakan, kemudian dibangun dan dikonstruksikan manusia sebagai individu yang menjadi bagian dari masyarakat, terlibat dalam perilaku yang mereka pilih, hingga akhirnya mengantarkan manusia dalam berproses

untuk mengambil peran di tengah masyarakat.

Dalam hal ini, anggota grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2” merupakan sebuah jejaring komunitas yang hadir di tengah-tengah masyarakat dalam dunia maya, khususnya dalam platform Facebook. Para anggota menciptakan, membangun, dan mengkonstruksikan jejaring tersebut melalui interaksi yang mereka lakukan secara terus menerus.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan temuan penelitian sebelumnya, diperoleh beberapa poin kesimpulan sebagai berikut.

1. Grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2” dibangun sebagai wadah bagi para pengguna Facebook yang bergabung kedalamnya untuk berinteraksi dengan jokes atau lelucon ala bapak-bapak. Meski mengandung unsur bapak-bapak, grup ini tidak membatasi siapapun anggota yang bergabung didalamnya, selama dapat mematuhi aturan yang tertera pada grup.
2. Grup “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar - Revisi 2” memiliki beberapa kegiatan yang melibatkan para anggota grup. Beberapa kegiatan yang dilakukan dibuat sedemikian rupa dengan bertepatan kegiatan ala bapak-bapak.
3. Interaksi simbolik dalam grup Facebook “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar – Revisi 2” dianalisis

menggunakan konsep *mind*, *self* dan *society* oleh George Herbert Mead. Teori interaksi simbolik sendiri menyoroti bagaimana seorang individu mencerna suatu simbol sebagai suatu makna yang sama dan menggunakannya ketika berinteraksi satu sama lain. Adapun simbol yang ditemui dalam penelitian ini adalah jokes bapak-bapak. Ketiga konsep ini menjawab bagaimana simbol dalam grup ini hadir, dipahami para anggotanya, hingga kemudian disepakati sebagai makna yang sama dan digunakan dalam proses interaksi secara terus menerus. Dalam konsep *mind*, dapat disimpulkan bahwa interaksi berawal dari hasil interpretasi para anggota terhadap jokes bapak-bapak yang bagi mereka adalah sesuatu dengan ciri khas garing dengan penggunaan gaya penulisan yang khas. Dalam konsep *self*, dapat disimpulkan bahwa informan membangun konsep mengenai diri mereka masing-masing melalui interaksi yang dilakukan di grup. Informan sebagai anggota bergabung ke dalam grup sebagai subyek (*I*) didorong oleh alasan atau tujuan tertentu dan sebagai obyek (*me*) memiliki interpretasi terhadap jokes bapak-bapak. Dalam konsep *society*, dapat disimpulkan bahwa grup “Menjadi Bapak-Bapak: Bagian Pengantar” merupakan sebuah jejaring sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan anggotanya melalui interaksi yang dilakukan di grup dalam beberapa bentuk kegiatan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat, Fathoni. 2006. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020 [Q2]. APJII. Diakses dari <https://apjii.or.id/survei2019x/download/lw23gOiJLGqF01HU9NEKxSc8C MzDXk>
- Giawa, Wednes Veronica (2019) ANALISIS INTERAKSI SIMBOLIK KORBAN BODY SHAMING DI LINGKUNGAN KAMPUS (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Universitas Bakrie). Tugas Akhir (S1) - thesis, UNIVERSITAS BAKRIE. Diakses dari <https://repository.bakrie.ac.id/3052/>
- Heryana, Ade. (2018). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. ResearchGate. Diakses dari https://www.researchgate.net/profile/Ade-Heryana/publication/329351816_Informan_dan_Pemilihan_Informan_dalam_Penelitian_Kualitatif/links/5c02c716299bf1a3c159bd92/Informan-dan-Pemilihan-Informan-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf
- Hootsuite & We Are Social. (2020). Digital 2020: Indonesia. DataReportal. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- Juniantari, Ni Ketut, Ni Made Ras Amanda Gelgel & Ni Luh Ramaswati Purnawan (2019). SIKAP MASYARAKAT KOTA DENPASAR TERHADAP INFORMASI BOHONG DI FACEBOOK. E-Jurnal Medium, 1(2). Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/52776>
- Mayfield, Antony. 2008. What is Social Media? An e-book by Antony Mayfield from iCrossing. London: iCrossing.
- Meitri Cakraningsih, I Gusti Ayu, Ni Luh Ramaswati Purnawan & Ade Devia Pradipta (2017). PERSONAL BRANDING ARYA WEDAKARNA PADA FACEBOOK (Analisis Wacana Personal Branding Arya Wedakarna pada periode Juli-Desember 2016). E-Jurnal Medium, 1(1). Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/33690>
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Sanjaya, Ridwan. (2009). *Panduan Cepat Mengenal Facebook*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- West, Richard dan Turner, Lynn H. 2009. *Introducing Communication Theory*:

Analysis and Application Fourth Edition. New York: McGraw-Hill.

Wood, Julia T. 2009. *Communication In Our Lives, Sixth Edition.* Wadsworth Cengage Learning: Boston.