

MEDIA SOSIAL BARU DAN MUNCULNYA *BRAGGADOCIAN BEHAVIOR* DI MASYARAKAT

Nurudin

Prodi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)

Jl. Raya Tlogomas no. 246 Malang 65144.

Email: nurudin@umm.ac.id

ABSTRAK

Beberapa alasan mengapa penelitian ini perlu dilakukan antara lain; (1) perkembangan teknologi mengubah perilaku masyarakat, (2) media sosial menjadi faktor pendorong munculnya *braggadocian behavior* (orang yang aktif di media sosial dengan gaya narsis, update status, sebar link agar dianggap keren), (3) munculnya dampak positif dan negatif berkaitan dengan pemanfaatan dan dampaknya. Penelitian ini punya rumusan masalah adalah "Bagaimana media sosial baru memengaruhi munculnya *braggadocian behavior* di masyarakat?" Pendekatan penelitiannya adalah kualitatif. Satuan analisisnya adalah individu dengan satuan pengamatan adalah konsekuensi praktik dalam media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Subjek penelitian ini adalah reporter tetap Bestari. Sementara itu, analisis data yang dilakukan dengan analisis interaktif model Miles dan Huberman. Kesimpulan yang dihasilkan antara lain; (1) media sosial telah mengubah sikap dan perilaku masyarakat, (2) media sosial adalah dunia kepura-puraan yang tidak semua masyarakat memahaminya, (3) masyarakat memanfaatkan media sosial untuk personal branding (4) media sosial telah nyata menciptakan sebuah kebohongan di masyarakat dan itu terus dilanggengkan dan dilakukan oleh para penggunanya.

Kata kunci: Media Sosial, *Braggadocian Behavior*, Teknologi Komunikasi

ABSTRACT

There are some reasons why this research needs to be done, among others; (1) technological developments change people's behavior, (2) social media becomes the supporting factor for the emergence of braggadocian behavior (people who are active in social media with narcissistic style, status updates, scattering links to be considered cool), (3) the emergence of positive and negative impacts related to its use and impact. This research has a problem formulation that is: How does the new social media affect the emergence of braggadocian behavior in society? The research approach is qualitative. The unit of analysis is the individual with the unit of observation as the consequence of social media practice in daily life. The subjects of this research are Bestari's permanent reporter. Meanwhile, the data analysis is done by interactive analysis of Miles and Huberman models. The resulting conclusions include; (1) social media has changed attitudes and behavior of society, (2) social media is a world of pretense that not all societies understand, (3) people use social media for personal branding (4) social media has manifestly created a lie in society and it continues to be perpetuated and perpetuated by its users.

Keywords: Social Media, *Braggadocian Behavior*, Communication Technology

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi terus mengalami percepatan dari waktu ke waktu. Perkembangan tersebut tentu akan ikut memengaruhi bagaimana proses komunikasi antar manusia. Sekedar contoh kasus, sebelum tahun 80-an masyarakat memakai saluran komunikasi melalui pesawat telepon, faksimili, sementara itu dalam mendapatkan informasi hanya melalui media cetak dan elektronik.

Selepas tahun 90-an, dunia dikenalkan dengan internet. Melalui perantara satelit, proses komunikasi dunia berubah total. Pada tahun 90-an itu pula ditemukan *handphone* (telepon genggam) yang kian memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi. Mereka tidak lagi harus berkomunikasi hanya melalui pesawat telepon dengan berada di suatu lokasi tertentu. Masyarakat bisa menelepon dan menerima telepon dimana saja asal ada sinyal dari layanan telekomunikasi tersebut.

Lain lagi dengan ditemukannya internet. Masyarakat bisa lebih dipermudah untuk memperoleh informasi secara cepat dan secara kuantitas juga banyak. Informasinya juga aktual. Mengirim pesan bisa memakai surat elektronik yang populer disebut dengan surel.

Perkembangan selanjutnya masyarakat dikenalkan dengan situs jejaring media sosial. Media sosial (contohnya *facebook* dan *twitter*) mengubah proses komunikasi antar manusia secara revolusioner. Masyarakat bisa dipermudah dalam proses komunikasi tanpa sensor. Informasi apa saja bisa didapatkan di media sosial.

Media sosial bisa digunakan apa saja, bisa untuk menyebarkan informasi, alat propaganda, alat promosi, alat kampanye politik, alat pendidikan dan bahkan bisa berdampak buruk pada proses perceraian, menyebarkan isu SARA, saling menghujat dan lain-lain. Intinya media sosial bisa dipakai apa saja dan untuk tujuan apa saja.

Sekedar contoh, media juga bisa dipakai seseorang untuk meningkatkan citra. Menjelang Pemilu ada banyak kesan-kesan positif diciptakan. Dalam kajian komunikasi, media sosial menciptakan realitas semua

karena berfungsi sekedar *window of reality*. Media sosial itu ibarat jendela. Coba kita membayangkan apa yang bisa kita ceritakan saat kita menyaksikan pemandangan lewat jendela. Apakah semua realitas yang kita lihat mencerminkan sepenuhnya yang terjadi di luar jendela itu (pemandangan)? Tentu saja, realitas yang kita tangkap sebatas pada jendela yang menjadi media dimana kita bisa melihat pemandangan itu.

Dalam bahasan yang lebih konkrit, berita-berita yang kita saksikan di media sosial itu juga sekedar bagian dari jendela layar datar tersebut. Apa yang dikemukakan lewat media sosial tidak mencerminkan kenyataan sesungguhnya. Realitas semu itu juga sangat tergantung siapa pemilik jendela-jendela itu, dan apa kepentingan orang melihat lewat jendela yang satu dan tidak lewat jendela yang lain. Apalagi jika orang yang melihat jendela tersebut menceritakan pada orang lain. Jadi, jendela yang sudah membatasi seseorang itu kemudian dikonstruksi ke dalam pikiran seseorang lalu disampaikan ke orang lain. Semakin nyata kesemuan yang tertangkap lewat jendela, termasuk media sosial.

Karenanya, orang bisa berpura-pura di media sosial. Artinya, media sosial tidak bisa dijadikan tolok ukur untuk menilai uuh seseorang. Ada banyak rekayasa-rekayasa tertentu yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan. Media sosial tetap sebuah media yang mengkonstruksi realitas yang tidak sepenuhnya terungkap.

Jadi, ada banyak latar belakang masyarakat menggunakan media sosial, entah secara positif atau negatif. Untuk itu, penelitian ini mencoba melihat sejauh mana pemanfaatan media sosial bagi mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Media Sosial Baru Memengaruhi Munculnya *Braggadocian Behavior* di Masyarakat. Asumsinya proses perubahan komunikasi sejalan dengan perkembangan peradaban manusia. Maka proses perubahan di masyarakat akibat media sosial sangat mungkin terjadi. Adapun alasan mengapa tema ini perlu diteliti antara lain; (1) perkembangan

teknologi komunikasi yang kian pesat, (2) munculnya ketergantungan masyarakat pada media sosial, dan (3) asumsi bahwa media sosial membentuk sikap dan perilaku masyarakat.

Diharapkan, sumbangan mendasar pada kajian bidang ilmu antara lain; (1) memberi kontribusi pada kajian teknologi komunikasi berbasis internet, khususnya media sosial, (2) memberi pengayaan materi teori komunikasi dan komunikasi massa dengan kajian media sosial.

Tidak bisa dipungkiri, perkembangan internet adalah fenomena dalam dunia komunikasi. Media baru tersebut membawa banyak perubahan-perubahan tidak saja dalam perangkat penyebaran pesan, tetapi juga perubahan di masyarakat. Berkaitan dengan perubahan perangkat peredaran pesan, muncullah fasilitas seperti blog, e-mail, chatting, e-paper, media sosial (facebook, twitter).

Apa yang terjadi pada media komunikasi penyebaran pesan di atas tentu membawa konsekuensi perubahan pada masyarakat. Konsekuensi itu kemudian membentuk sebuah ciri khas yang berbeda dengan kenyataan masyarakat sekarang. Secara fisik, jumlah anggota, kuantitas lalu lintas pesan, jenis-jenis pesan berbeda dengan kenyataan masyarakat saat ini. Sebut saja ada bentuk masyarakat lain selain masyarakat riil yang dikenal secara konseptual atau kenyataan. Masyarakat itulah yang dinamakan masyarakat virtual (muncul akibat internet).

Secara definitif, masyarakat (nyata) adalah sebuah kehidupan masyarakat yang secara inderawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, dimana hubungan antar anggotanya dibangun melalui penginderaan. Jadi masyarakat nyata adalah masyarakat yang secara nyata bisa dibuktikan di sekitar manusia, terutama menyangkut ciri-ciri fisik. Ciri fisik yang bisa dibuktikan itu misalnya ciri yang melekat pada individu, jumlah anggota dalam masyarakat itu, kegiatan, aturan-aturan, orientasi hidup, tuntutan dan dukungan dan dinamika yang lain. Misalnya, masyarakat Tengger (sekitar

gunung Bromo), masyarakat Jawa, Sunda, Madura dan lain-lain. Intinya, mereka bisa diindera keberadaannya.

Sementara itu, ada masyarakat maya (*virtual/cyber community*) yang secara definitif bisa diartikan sebagai sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas. Mereka ini memakai seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi kehidupan maya.

Sekedar menyebut contoh adalah mereka membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun kekuasaan, wewenang dan kepemimpinan, membangun sistem kejahatan dan kontrol-kontrol sosial.

Secara akar kata komunitas/masyarakat maya bisa ditelusuri dari pendapat William Gibson dalam novelnya berjudul *Neuromancer*. Ia mengenalkan istilah *cyberspace* atau ruang hampa.

Cyberspace itu sendiri berarti ruangan hampa. Ruang hampa yang disebut disini bukan ruang sebenarnya atau dunia nyata sebagaimana kita merasakan di sekitar kita. Ruang hampa itu ruangan yang dibentuk karena pemakaian komputer. Komputer menciptakan ruang-ruang hampa. Ruang hampa ini terasa bentuknya sejak adanya multi media dengan perantaraan internet.

Komunitas virtual khas istilah yang biasa dipakai dalam lingkungan akademis, sementara istilah *cyberspace* untuk menunjuk pada istilah populer. Ada juga yang sering menyebut dengan istilah virtual reality yang berarti realitas yang merujuk pada lingkungan yang "menyelubungi"/"menghidupkan secara sensual", yang diperoleh individu dengan jalan menghubungkan dirinya dengan komputer.

Disebut komunitas ruang hampa karena anggotanya berhadapan dengan ilusi. Anggota tidak berhadapan dengan anggota secara fisik sebagaimana masyarakat nyata.

Mereka hanya berhadapan dengan layar komputer (misalnya), seolah berbicara, tertawa, tersenyum, sedih sendiri. Jika dilihat sekilas seperti orang gila. Tetapi mereka ini sedang berada dalam sebuah ruang majinasi yang bisa berhubungan satu sama lain. Jangan heran pula jika komunitas virtual juga disebut komunitas semu (*pseudo community*).

Sebagai ciptaan manusia, masyarakat maya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata juga sebagai contoh model yang dikembangkan dalam masyarakat maya. Itu misalnya; (a) proses-proses sosial dan interaksi, (b) kelompok sosial maya, (c) pranata dan kontrol sosial, (e) perubahan sosial (Bungin, 2007).

Sementara itu, Erik Qualman dalam *Socialnomics How Social Media Transforms The Way We Live and Do Business* (2010) bisa dijadikan acuan awal. Ia pernah meneliti tentang dampak FB dan Twitter bagi kepribadian Seseorang. Qualman Pernah mengungkapkan dua dampak dari media sosial, yakni *preventative behavior* dan *braggadocian behavior*.

Preventative behavior diumpamakan dengan "*live your life as if your mother is watching*". Kalimat itu menunjuk pada orang yang selalu update status di media sosial (FB dan Twitter). Orang yang masuk dalam tipe ini adalah individu yang selalu berhati-hati dalam mem-post status, meng-upload gambar, atau nge-tweet. Itu disebabkan karena apa yang dilakukannya dapat diketahui oleh orang lain dan dapat memengaruhi citra mereka. Mereka yang termasuk dalam kelompok ini biasanya berpikir ulang untuk melakukan hal-hal yang berhubungan dengan media sosial karena seluruh dunia memperhatikan (termasuk mungkin ibu mereka yang sebenarnya).

Braggadocian behavior jika ditinjau secara bahasa berasal dari kata *braggart* (pembual atau penyombong). Tipe orang dengan perilaku itu sangat sering *update status* atau nge-tweet sangat sering. Orang tersebut berusaha memberitahukan bahwa dirinya sedang melakukan sesuatu yang dianggap keren. Bahkan biasanya, orang-

orang ini juga sering meng-upload foto mereka dengan gaya narsis di tempat-tempat yang menurut mereka layak untuk diketahui orang lain. Mereka beranggapan dengan cara seperti itu, mereka akan dianggap eksis.

Dalam buku tersebut, Qualman juga menjelaskan bahwa dengan adanya media sosial, maka kematian *social schizophrenia* akan segera tiba. *Social schizophrenia* yang dimaksud oleh Qualman adalah ketika seseorang berperilaku berbeda tergantung *setting* di mana ia berada -contohnya adalah menjadi orang yang rajin dan tekun di kantor, tapi pemalas di rumah sendiri; banyak bicara dan *beringasan* ketika bertemu teman-teman kuliah, tapi pendiam dan sopan sekali ketika di depan teman kantor.

Lebih lanjut Qualman berpendapat bahwa dengan adanya media sosial, seseorang tidak dapat lagi berpura-pura menjadi orang lain dan memiliki kepribadian berbeda di tempat berbeda. Status-status dan *tweet-tweet* yang ada akan menunjukkan siapa dirinya sebenarnya.

Apa yang pernah diteliti oleh Qualman itu bisa menggambarkan tentang kondisi masyarakat di Indonesia. Media sosial telah "menelanjangi" seseorang di depan orang lain. Artinya, tidak ada yang bisa ditutup-tutupi individu ketika ia sudah masuk dalam wilayah media sosial. Ia bisa jadi termasuk orang yang pemarah jika dilihat dari status yang ditulis di media sosial.

Qualman bisa jadi lupa, bahwa media sosial juga bisa membuat seseorang menjadi pembohong. Ia bisa mengatakan dalam status FB-nya, "kangen anak-anak" saat keluar kota, padahal ia sedang pacaran dengan mantan pacarnya dahulu.

Kajian Qualman di atas tentu tidak jauh berbeda dengan yang terjadi di Indonesia. Bahwa media sosial telah memengaruhi perilaku individu memang benar, tetapi konteks keIndonesiaan jelas akan ikut mewarnai perubahan dampak media sosial itu. Perubahan proses penyampaian pesan akibat sosial media menjadi bahasan yang tak kalah menariknya untuk dikaji.

Penelitian lain yang mencoba menjelaskan fenomena media sosial adalah yang pernah dilakukan oleh Nurudin (2010). Dalam penelitiannya yang berjudul "Citizen Journalism sebagai Katarsis Baru Masyarakat" memfokuskan kajiannya pada blog (blog juga salah satu bentuk media sosial). Ditemukan bahwa, *Citizen Journalism* (CJ) bisa dijadikan alat untuk menyalurkan *uneg-uneg*, kontrol sosial terhadap ketimpangan, ketidakadilan yang ada di sekitarnya. Para Blogger yang diteliti semuanya mengungkapkan bahwa lewat CJ lah pesan-pesan yang disampaikan bisa disalurkan. Mereka tidak mau menyalurkan lewat *mainstream media* (cetak dan elektronik) karena belum tentu dimuat, sebab media itu mempunyai kepentingan yang berbeda dengan kepentingan pembacanya. Bahkan, apa yang dilakukan *citizen journalist* (praktisi CJ) mempunyai dampak yang luar biasa. Berbagai kasus ada di tanah air (salah satunya kasus Prita Mulyasari) bisa berdampak luas akibat tulisan-tulisan dalam CJ.

Penelitian ini memakai metode kualitatif. Lokasi ada di Malang Raya dengan subjek penelitian adalah reporter tetap koran kampus Bestari. Teknik pengumpulan datanya memakai observasi, dokumentasi dan wawancara. Sementara itu, analisis datanya memakai analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman (1992) meliputi 4 komponen yakni; *data collection* (koleksi data) *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) dan *conclusions drawing and verifying* (penarikan kesimpulan dan verifikasi). Oleh karena itu, dalam penelitian ini data dianalisis secara induktif.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini memakai metode kualitatif. Lokasi ada di Malang Raya dengan subjek penelitian adalah reporter tetap koran kampus Bestari. Teknik pengumpulan datanya memakai observasi, dokumentasi dan wawancara. Sementara itu, analisis datanya memakai analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman (1992) meliputi

4 komponen yakni; *data collection* (koleksi data) *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) dan *conclusions drawing and verifying* (penarikan kesimpulan dan verifikasi). Oleh karena itu, dalam penelitian ini data dianalisis secara induktif.

Ujian keabsahan datanya dengan memakai triangulasi sumber. Teknik pemeriksaan dan keabsahan data ini digunakan dengan cara membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan membandingkan hasil wawancara antar subjek penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

Tidak bisa dipungkiri, teknologi komunikasi yang berkembang pesat memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Itu pulalah kenapa, teknologi sering berbanding lurus dengan perkembangan masyarakat. Saat teknologi komunikasi dilakukan dengan pesawat telepon rumah, masyarakat kita juga seperti itu. Maka muncul jasa-jasa pengguna warung telekomunikasi yang memudahkan masyarakat mengirimkan pesan. Kemudian, berkembang internet. Maka berkembang pula warung internet (warnet) di hampir setiap tempat. Saat komunikasi melalui Hand Phone (HP) dikenalkan, masyarakat kita juga tidak jauh berbeda. bahkan lambat laun, Warnet dan Wartel banyak yang tidak diminati. Saat HP menyediakan layanan media sosial, masyarakat juga menggunakannya. Tak terkecuali, saat HP mengenalkan fasilitas untuk bisa selfie, masyarakat kita juga terpengaruh sedemikian rupa.

Era Selfie

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat memungkinkan penyedia layanan telekomunikasi dan juga pengusaha peralatan komunikasi bersaing dengan pesat. Satu diantaranya, memberikan fasilitas yang dibutuhkan masyarakat. Meskipun sebenarnya masyarakat tidak butuh,

tetapi karena memungkinkan masyarakat memanfaatkan maka fasilitas baru pun bermunculan. Dengan perkembangan teknologi yang kian canggih, HP dilengkapi dengan fasilitas foto selfie. Masyarakat kita pun dimanjakan dengan fasilitas di atas.

Bahkan, foto itu tidak sekadar disimpan dalam wujud file tetapi diunggah di media sosial. Tentu saja, aktivitas ini menjadi gejala baru bagaimana masyarakat memanfaatkan selfie sebagai bentuk aktivitas sehari-hari. Bahkan bisa dikatakan, saat seseorang selfie dia merasa sudah eksis. Tak jarang foto selfie dilakukan di tempat yang menurutnya keren. Berbagai aktivitas dilakukan dan diunggah di media sosial agar dianggap keren.

Hal itu mengingatkan kita pada pendapat Sherry Turkle penulis buku *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* yang mengatakan "I share, therefore I am" (Saya berbagi, maka saya ada). Apa yang kita informasikan melalui media sosial tidak hanya sekadar kita menyatakan media sosial sebagai dampak teknologi komunikasi, tetapi juga mengubah siapa kita atau menunjukkan siapa kita pula. Dalam sebuah aktivitas kelas, berdasar pengamatan Turkle, peserta tidak menyimak sesuatu yang dibicarakan tetapi mereka berselancar di media sosial. Bahkan mereka bisa dianggap "tidur" dengan smartphonesnya.

Budaya Narsis

Narsis adalah perilaku yang memperhatikan diri sendiri secara berlebihan. Secara sederhana juga bisa diartikan sebagai orang yang senang pamer atau menunjukkan dirinya sendiri agar diketahui orang lain. Foto narsis berarti juga foto yang diunggah di media sosial dan berharap diketahui orang lain. Kalau tidak ingin diketahui orang lain mengapa ia harus menguploadnya? Mengapa ia tidak menyimpannya saja? Untuk itu pulalah orang tersebut di atas disebut dengan narsis. Narsis tidak harus dengan foto, juga tulisan atau barangkali komentar-komentar dalam media sosial. Dalam masyarakat nyata, narsis bisa menunjuk pada mereka yang hanya mengagumi kemampuan

dirinya dan tidak mengakui kelebihan orang lain. Narsis dalam perilaku yang kelewat batas bisa dianggap sombong.

Barangkali narsis mempunyai beberapa indikator; (1) mencintai diri sendiri berlebihan, (2) sulit menerima cinta orang lain, (3) susah merasakan perasaan orang lain, (4) suka mendengar pendapatnya sendiri, (5) melihat lingkungan sekitar dari sudut pandangnya sendiri, (6) sulit mempercayai orang lain.

Narsis bisa jadi sebuah kepuasan. Bisa jadi mereka yang berperilaku narsis sedang mencari tempat yang menyenangkan. Sherry Turkle pernah menyebut komunitas maya sebagai *the great good place* (tempat yang menyenangkan). Perilaku narsis bisa jadi menjadi salah satu sebab mengapa individu senang narsis di dunia maya itu (Nurudin, 2017).

Berbagai pelayanan alat komunikasi yang memungkinkan seseorang bisa berbuat sekehendaknya (mengupload foto, menulis status) mengarahkan pada kenyataan apa yang disebut dengan budaya narsis. Orang ingin menonjolkan dirinya sendiri kelewat batas. Bisa jadi apa yang terjadi pada dirinya itu tidak begitu penting bagi orang lain dan tak begitu bermanfaat bagi orang lain tetapi dicintai sendiri. Inilah yang dinamakan narsis.

Fenomena budaya narsis memang diakui oleh subjek penelitian. Ada yang mengatakan bahwa narsis itu bagian dari marketing diri. Artinya, jika tidak ada alat lain yang bisa dipakai untuk mempromosikan diri, maka narsis menjadi pilihan yang tak bisa dilepaskan. Namun demikian, narsis bisa jadi tidak bermasalah jika berkaitan dengan tempat-tempat tertentu yang layak diketahui oleh masyarakat luas. Misalnya tempat wisata. Jika tidak ada budaya narsis popularitas sebuah tempat wisata terkenal sangatlah lambat sekali. Budaya narsis membawa kepopuleran tidak saja pribadi tetapi juga tempat yang dijadikan tempat narsis.

Namun demikian, ada juga yang berpendapat bahwa narsis itu tidak perlu. Mifta mengungkapkan, "Lumayan miris.

Banyak orang yang dengan mudahnya menilai seseorang hanya melalui foto atau status keren yang diunggah di media sosial. Padahal hal tersebut belum menjamin bahwa seseorang tersebut sesuai dengan sifatnya di dunia nyata”.

Terserah apa yang terjadi, itulah dunia kita saat ini. Media menekankan bahwa media sosial memang diciptakan untuk menyalurkan apa saja yg mereka alami dan rasakan dan saya melalui foto atau status dan terkadang saya merasa terganggu akan hal itu karena mereka lupa menyaring apa saja yg pantas dan tidak pantas untuk diunggah di medsos.

Teknologi dan Rekayasa Perilaku

Teknologi memengaruhi perilaku manusia, itu sudah pasti. Bahkan, teknologi bisa digunakan untuk merekayasa perilaku. Artinya, individu bisa berbuat di luar kebiasaan atau yang tidak senyatanya dilakukan. Misalnya, seseorang bisa mengatakan sedang makan enak meskipun senyatanya tidak demikian. Seseorang bisa mengupload foto yang biasa saja tetapi didesain sedemikian rupa sehingga lebih menarik. Misalnya, wajahnya biasa namun karena memakai aplikasi pemutih wajah kelihatanlah lebih putih, sementara kenyataannya kulitnya hitam.

Subjek penelitian mengungkapkan bahwa teknologi telah mengubah perilaku masyarakat. masyarakat bisa dikatakan mampu mendapatkan apa saja asal bisa memanfaatkan teknologi komunikasi. Dalam media sosial, ada banyak aplikasi yang memungkinkan seseorang berperilaku sebagaimana dikehendaki teknologi. Misalnya, ada aplikasi yang bisa membuat wajah tampan, masyarakat pun tak pelak lagi mengikuti apa yang disediakan oleh aplikasi tersebut.

Lebih lanjut subjek penelitian mengungkapkan, sebagaimana dikatakan Euis, bahwa berkembangnya *gadget* secara otomatis akan memberikan efek domino terhadap pola pikir masyarakat untuk berkembang juga. Dengan adanya berbagai aplikasi yang canggih, masyarakat bisa melakukan hal apapun dengan mudah.

Tak terkecuali yang dikatakan Medina. Ada sebagian yang mengungkapkan di medsos bahwa hidup mereka seperti sempurna dan bahagia, padahal senyatanya tidak seperti itu. Bahkan rekayasa ini dilakukan dengan sengaja biar dianggap keren. Itu semua pencitraan belaka. Selanjutnya itu berbahaya juga bagi psikologi seseorang jika terus dilakukan, demikian kata Avit. Ada juga orang dengan mudahnya menggugah segala sesuatu yang kadang dilebih-lebihkan agar terlihat keren di media sosial. Semua orang senang dipuji terlebih jika di dunia nyatanya kurang mendapat perhatian dari lingkungan sekitar sehingga hal itu bisa menimbulkan kecanduan.

Menurut Stephen Haag dan Peter G.W. Keen (1996) teknologi itu seperangkat alat yang membantu seseorang untuk bekerja. Karena menjadi alat bantu maka teknologi itu mempermudah keinginan manusia. Saat seseorang tergantung pada teknologi (termasuk hasilnya media sosial) maka perilakunya dipengaruhi. Jika diartikan secara terbalik, bisa dikatakan bahwa teknologi bisa merekayasa manusia. Bahkan bisa dikatakan media sosial bisa merekayasa perilaku manusia. Manusia ingin apa, teknologi memberikan kemudahan dan mengabdikan keinginan manusia.

Media Sosial dan Percaya Diri

Sebagaimana dikemukakan para subjek penelitian, aktivitas yang dilakukan di media sosial membuat individu percaya diri. Dengan kata lain, sebenarnya dia tidak terlalu percaya diri, tetapi dengan adanya Media Sosial, ia berusaha untuk meningkatkan diri. Percaya diri itu bisa ditunjukkan dari foto-foto yang diunggah, menulis status dan komentar. Dalam hal ini bisa dikatakan, orang tidak percaya diri tentu tidak banyak melakukan aktivitas di media sosial, meskipun pendapat ini juga masih bisa diperdebatkan.

Beberapa subjek penelitian juga mengungkapkan bahwa mengunggah foto atau membuat status keren di media sosial hanya sekadar mendapatkan perhatian juga. Hal demikian pernah dikatakan oleh Media, beberapa temannya mengunggah

foto hanya untuk mencari perhatian. Bahkan ingin dianggap sempurna oleh temannya di media sosial. Ini membuat seseorang akan lupa siapa dirinya sebenarnya di dunia nyata. Maka, saat dia diperhatikan, seseorang itu akan merasa penting dan keren.

Alasan lain yang terungkap mengapa itu terjadi adalah karena dengan teknologi kita bisa menemukan semua apa yang kita cari. "Kemajuan teknologi itu sendiri yang membuat telena setiap orang. Masyarakat pasti ingin berkembang dari hari ke hari, hal itu juga yang membuat orang untuk bersaing satu sama lain. Justru orang yang aktif di medsos menurut saya adalah orang yang percaya diri. Karena dengan aktif di medsos, seseorang tidak hanya membagikan aktivitas, informasi, hiburan," kata Euis Denok.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh tim asal Kanada, International Association of Cyber Psychology, Training & Rehabilitation (iACToR) atas 750 subjek yang merupakan remaja dari berbagai institusi pendidikan di wilayah Ontario bisa dijadikan contoh kasus juga. Sebelumnya, penelitian lain juga mengungkap media sosial dapat memicu efek depresi pada pengguna remaja. Penelitian itu dilakukan ke subjek kalangan remaja berumur 13-17 tahun yang sering menggunakan *smartphone*-nya untuk 'berinteraksi' di media sosial.

Penelitian yang dipublikasikan melalui jurnal *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* ini menemukan bahwa penggunaan medsos yang terlampaui berlebihan rupanya mampu menunjukkan indikasi si pemilik jejaring sosial memiliki masalah gangguan mental dan memicu depresi.

Jejaring sosial berfungsi sebagai alat komunikasi dan pencari informasi jika memang dibutuhkan. Namun hal tersebut bisa berubah fungsi 360 derajat bak 'pengisi dahaga' penggunaannya ketika sedang kesepian. Peneliti memberikan rekomendasi bahwa kecanduan media sosial harus dikurangi.

Masyarakat Topeng

Tidak bisa dipungkiri, media sosial memungkinkan seseorang berperilaku berbeda sebagaimana adanya. Seseorang bisa mengkreasi sedemikian rupa sesuai keinginannya. Itu tak lain karena media sosial itu dunia virtual. Dikatakan begitu karena apa yang terjadi sesungguhnya tidak sebagaimana kenyataannya.

Maka dari itu, saat manusia berada dalam media sosial, ia sebenarnya sedang memakai topeng. Topeng ini berfungsi untuk menutupi keadaan sesungguhnya. Analoginya, *make up* individu dalam masyarakat nyata sebenarnya juga berfungsi untuk "menutupi" kekurangannya agar terkesan lebih menarik. Anehnya, manusia banyak yang tertarik untuk memakai *make up*, bisa dikatakan agar lebih keren, cantik, ganteng atau percaya diri. Tentu topeng-topeng individu yang dipakai dalam masyarakat maya lebih nyata terjadi. Dengan kata lain, ada banyak topeng di sekitar masyarakat maya.

Namanya juga topeng, ia bisa dipakai untuk mencitrakan dirinya sebaik mungkin. Topeng telah mampu menutupi jati diri seseorang dalam arti yang sesungguhnya. Dengan topeng orang bisa menutupi segala kekurangannya dan tampil di depan dengan gagah berani serta percaya diri. Tapi sekali lagi itu cuma topeng.

Bisa jadi seseorang menjadi cerewet dan ramai dalam masyarakat maya, meskipun dalam realitas sesungguhnya dia termasuk pendiam. Tentu saja orang yang memahami bahwa dunia maya itu dunia sesungguhnya akan terjebak dan salah memahami sebuah makna. Misalnya, seseorang jatuh cinta kepada orang lain berdasarkan foto-foto yang dipasang di dunia maya. Ia mengklaim bahwa yang dicintainya itu sungguh menarik secara fisik. Tetapi, jika ia bertemu langsung dalam masyarakat nyata, bisa jadi kesan menarik itu akan berubah total.

Meskipun masyarakat maya itu penuh dengan topeng, banyak orang berbondong-bondong memasukinya. Sherry Turkle (Pando, 2014) pernah mengatakan salah satu alasan seseorang masuk ke dunia maya

adalah ketidakmampuan mereka untuk berkomunikasi tatap muka dengan orang lain. Pendapat Turkle ini jika diuraikan lebih lanjut bisa dijelaskan, bahwa yang lebih suka memasuki dunia maya bisa karena alasan minder, malu, tidak ingin diketahui jati dirinya, atau hanya untuk *sok* saja. Komunitas masyarakat maya di atas, biasanya berasal dari orang-orang yang merasa perlu untuk menyembunyikan sesuatunya dari orang lain, sementara ia sendiri membutuhkan tempat penyaluran. Mereka yang termasuk kelompok itu bisa jadi menganggap bahwa orang yang mengetahui kekurangannya akan mengolok-olok. Agar rasa minder tidak terus berlanjut, maka ia menutupi apa yang melekat pada dirinya. Orang yang termasuk dalam kelompok ini berupaya memakai topeng-topeng. Topeng-topeng itu akan dipakai sesuai kondisi dan kesempatan saat dibutuhkan.

Dunia topeng dalam masyarakat maya juga bisa disebut dengan dunia *diluminating* (dunia pura-pura). Dalam dunia ini orang bisa berpura-pura alim, bijak, sedih, gembira, pintar, cerdas, empati dan lain-lain. Pura-pura itu akan bisa disesuaikan dengan kebutuhan situasi dan kondisi. Ada kalanya seseorang beringas, tetapi ada kalanya mencerminkan dirinya alim.

Subjek penelitian mengungkapkan bahwa media sosial adalah media untuk menutupi kekurangan. Manusia bisa memunculkan topeng-topeng itu sejalan dengan situasi dan kondisinya. Beberapa orang seperti ingin menutupi kekurangan hidupnya di dunia nyata sehingga mengunggah hal-hal yang akan membuat orang merasa iri dan menganggap dia sebagai orang yang keren padahal dikehidupan nyatanya tidak.

Salah satu subjek penelitian, Avit mengatakan, "Karena menurut saya kata motivasi yang terkenal *"Don't judge the book from the cover"* itu tidak berlaku di sosial media. Karena apa yang di upload itu mencerminkan diri kita. Media sosial merupakan ajang untuk mereka yang ingin diakui keberadaannya". Hal senada juga dikatakan Mifta juga senada bahwa

banyak sekali yang menggunakan medsos untuk terlihat keren, meskipun ada juga yang sesuai dengan keadaan aslinya. Akan tetapi, saya sering menjumpai orang yang menggunakan medsos sebagai tempat memamerkan diri agar dianggap keren/hitz di mata orang lain padahal kenyatannya mereka itu biasa saja".

Agenda ke Depan

Tentu saja, aktivitas di media sosial mempunyai dampak negatif dan positif. Dampak positifnya membuat orang tidak ketinggalan informasi. Orang juga bisa selalu bisa mengikuti perkembangan zaman. Sebab, seluruh informasi bisa didapatkan. Orang juga tidak akan dianggap Kuper (kurang pergaulan).

Tak terkecuali, mereka yang bisa akses media sosial bisa dikatakan melek teknologi. Melek dalam hal ini punya kemampuan menggunakan teknologi. Mereka yang punya akun di media sosial secara tidak langsung paham mengelola media sosial (mengakses, memposting, mengupload).

Namun demikian beberapa dampak negatif. Avit mengungkapkan, "Dampak negatifnya adalah generasi saat ini bisa kehilangan jati diri, tidak bisa mencintai diri sendiri, dan selalu berusaha terlihat seperti orang lain yang dianggapnya lebih baik darinya".

Sementara itu, Mifta mengatakan aktis di media sosial bisa meningkatkan rasa egoisme seseorang yang merasa segala aktifitas hidupnya penting untuk diketahui oleh orang lain. Juga bisa menciptakan rasa narsis yang berlebihan selalu ingin dipuji hanya untuk mendapat label keren. Tak terkecuali dikatakan Euis, "Menurut saya dampak negatif dari perilaku tersebut adalah munculnya sifat pamer, sombong, ambisi yang berlebihan agar mendapat pujian dari orang lain, dan memunculkan citra yang negatif dalam masyarakat ketika masyarakat mengetahui bahwa foto atau status pelaku Braggadocian terbukti hanya rekayasa. Sementara untuk dampak positifnya, ada informasi baru mengenai tempat-tempat yang *hits* dan kekinian yang

bisa dijadikan referensi untuk destinasi wisata liburan”.

Dampak negatif atau positif sangat mungkin terjadi akibat media sosial. Dampak itu sebuah keniscayaan yang tidak bisa diingkari. Yang penting dilakukan adalah bagaimana mengatasi dampak tersebut. Sebagaimana yang terungkap dari hasil wawancara dengan subjek penelitian, beberapa cara agar dampak negatif tidak berdampak buruk antara lain; (1) mengurangi kecanduan media sosial dengan kesibukan yang lebih bermanfaat. Ini perlu dilakukan karena individu memanfaatkan media sosial untuk hiburan atau mengisi waktu luang. (2) memahami pada masyarakat bahwa media sosial itu dunia kepura-puraan saja, bukan kenyataan yang sebenarnya. (3) perlunya dilakukan sosialisasi secara terus menerus akan dampak teknologi komunikasi. Dalam ilmu komunikasi dikenal dengan gerakan literasi media (*media literacy*). Kampanye literasi media perlu terus digalakkan tidak saja oleh masyarakat luas tetapi oleh kalangan pendidikan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah “Bagaimana media sosial baru memengaruhi munculnya *Braggadocian Behavior* di masyarakat?”, maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Media sosial telah menentukan sikap dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Media sosial adalah dunia kepura-puraan yang tidak semua masyarakat memahaminya.
- c. Masyarakat memanfaatkan media sosial untuk personal branding. Personal branding ini bukan senyatanya yang terjadi tetapi rekayasa sosial. Artinya, seseorang membangun personal branding dengan cara membohongi diri.
- d. Media sosial telah nyata menciptakan sebuah kebohongan di masyarakat dan itu terus dilanggengkan dan dilakukan oleh para penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi. Teori Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Gallet, Jennifer Stromer. 2002. “New media in The Public Sphere: Political Conversation in The Internet Age”. Disertasi University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Haag, Stephen dan Peter G.W. Keen. 1996. *Information Technology: Tomorrow's Advantage Today*. New York: McGraw Hill College.
- Karjaluto, Erick. 2008. “A Primer in Social Media. Examining The Phenomenon, Its Relevance, Promomise, and Risks” (paper). A SmashLAP White, 1 Maret 2008.
- Miles, Mathew B. dan A Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru, Tjetjep Rohendi Rohidi (penerj.). Jakarta: UI Press.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- _____. 2010. *Citizen Journalism Sebagai Katarsis Baru Masyarakat*. Jakarta: DP2M DIKTI, DP2M UMM, Buku Litera.
- _____. 2011. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Pando, B. Melkyor. 2014. *Hiruk Pikuk Jaringan Sosial Terhubung, Refleksi Filsafat Teknologi atas Jaringan Sosial Terhubung*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius.
- “Psikolog: Media Sosial Picu Krisis Kepercayaan Diri pada Remaja”

<http://tekno.liputan6.com/read/3119901/psikolog-media-sosial-picu-krisis-kepercayaan-diri-pada-remaja> diakses tanggal 9 Oktober 2017, Jam 20.13.

Punch, Keith F. 1999. *Introduction to Social Research, Quantitative & Qualitative Approaches*. London: Sage Publications.

Turkle, Sherry. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less From Each Other*. New York: Basic Books.

Qualman, Erik. 2010. *Socialnomics, How Social Media Transforms The Way We Live and Do Business*. Burlington: Awareness.

Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.