

## HEGEMONI BERPACARAN DI FACEBOOK

**Isnaini Falihah Afriliyah Ali Hasby**

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya  
alihatby.afiril@gmail.com

**Dr. Moh. Jacky, S.Sos. M.Si**

Dosen Program Studi S1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya  
mjacky1976@yahoo.com

### Abstrak

Facebook merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang populer dan digandrungi masyarakat, tidak terkecuali pada publikasi hubungan asmara. Perkembangan tersebut jugalah yang menjadikan adanya sebuah praktek kekuasaan dan penundukan pada sebuah hubungan asmara di dunia virtual. Penelitian ini menggunakan teori hegemoni Antonio Gramsci sebagai pisau analisisnya. Konsep ini menekankan kekuasaan yang dijalankan seseorang pada pasangannya melalui media jejaring sosial berupa Facebook. Sedangkan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan semiotika. Pendekatan ini digunakan dalam merepresentasikan dan menafsirkan makna yang tersirat pada status, komentar, *like* dan simbol *emoticon* yang dituliskan *facebookers*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemegang kendali kekuasaan dan penundukan tidak hanya dilakukan oleh kaum laki-laki, akan tetapi juga kaum perempuan. Sedangkan pola-pola penundukan yang dilakukan adalah dengan hegemoni moral dan intelektual. Hegemoni moral berkaitan dengan profil diri, ungkapan perhatian, pengakuan diri dan klaim-klaim agama. Sedangkan hegemoni intelektual berkaitan dengan kata-kata bijak, pengetahuan dan bahasa akademis dan penilaian pasangan secara nyata. Pola tersebut kemudian melahirkan realitas virtual hubungan asmara yang tidak sekedar main-main.

**Kata Kunci:** Hubungan asmara, Facebook dan kekuasaan persuasi.

### Abstract

Facebook is one form of the development information and communication technologies are popular and loved by the community, no exception to the publication of a love affair. The development is also likely to make existence of a power practice and subordination in a romantic relationship in the virtual world. This study uses Antonio Gramsci's theory of hegemony as an tools analysis. This concept emphasizes the power of a person running on their partners through social networking media such as Facebook. While the methods that used is qualitative with semiotic approach. This approach is used to represent and interpret the implied meaning of the status, comment, like emoticons and symbols written Facebookers. Results of this study indicate that the holder of power reins and subordination are not only done by men, but also women. While the patterns of subordination is to do with the moral and intellectual hegemony. Moral hegemony associated with the self profile, the expression of attention, self recognition and religious claims. While the intellectual hegemony relates to the words of wisdom, knowledge and academic language and mate assessment in practice. The pattern then spawned virtual reality affair that not only messing around.

**Keywords:** romance, Facebook and the power of persuasion.

### PENDAHULUAN

Pada dunia *face to face*, sejauh ini pacaran menjadi sebuah praktik dominasi dari laki-laki. Sebenarnya, terlepas dari konsep gender pacaran tetaplah mengandung sebuah makna penundukan. Bahkan praktik dominasi berpacaran tersebut kini tidak lagi terjadi hanya pada tataran dunia nyata. Terbukti dengan adanya media jejaring sosial Facebook yang sekarang ini dianggap ladang subur dalam komunikasi, telah diklaim sebagai sebuah

penundukan dan penguasaan antar keduanya. Secara virtual, pacaran di Facebook bukankah dapat menjadi sebuah praktik kekuasaan antar pasangan yang terlibat? Dengan demikian, praktik kekuasaan tersebut kini berjalan atas adanya bentuk dan wujud dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berupa Facebook.

Jaringan yang luas tersebut menjadikan Facebook diartikan sebagai salah satu jaringan sosial dan media pertukaran dimana para pengguna dapat berinteraksi dan bertukar kabar

berita dengan orang lain di seluruh dunia (Kapang, 2009:1). Hubungan antar pengguna media aplikasi publik inilah yang disebut dengan komunikasi massa (Nurudin, 2009:1-9). Perkembangan akan Facebook tersebut menjadikan tidak adanya batasan ruang dan waktu. Dengan demikian komunikasi jarak jauh kini tidak lagi menjadi kendala. Bahkan orang dapat melakukan belanja dan *game* secara *online* juga *chatting* berjam-jam secara langsung maupun tidak langsung dengan seseorang atau sekelompok orang pada ruang yang berbeda dalam dunia *virtual*.

Hal tersebut terjadi berkaitan dengan penemuan teknologi informasi yang berkembang dalam skala massal. Sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dengan kehidupan masyarakat maya atau yang sering kali disebut dengan *cybercommunity* (Bungin, 2007:164).

Keberadaan teknologi media jejaring sosial berupa Facebook inilah yang memungkinkan para penggunanya dapat melakukan kegiatan dan aktifitas dengan mudah. Diantara kegiatan dan aktifitas yang dapat dilakukan adalah menuliskan status kata-kata, memosting foto, gambar maupun video, *chating*, menampilkan foto profil dan sampul, status hubungan, profesi, kontak person, ataupun informasi personil lainnya, bergabung dalam komunitas (*group*) untuk melakukan koneksi juga interaksi dengan pengguna lainnya dan sebagainya. Sehingga dalam hal ini Facebook dapat memberikan jalan dan memperlancar adanya proses sosialisasi seseorang. Disamping itu, proses sosialisasi juga merupakan sebuah bagian dari ekspresi dan komunikasi para pengguna di ruang publik dengan pengguna lain. Tidak jarang juga para pengguna yang berbetch-betch ria menatap dan mengoprasikan Facebook yang dimiliki. Sehingga tidak heran bila kian hari, kian bertambah dan membludak para pengguna Facebook.

Berbagai fungsi dan fasilitas yang ada dalam Facebook inilah yang dengan mudah menarik masyarakat untuk ikut serta menjadi penggunanya. Adanya fungsi sosialisasi, interaksi dan penggabungan komunitas dengan

pengguna lain inilah yang kemudian dimanfaatkan masyarakat dalam berbagai hal, seperti pemanfaatan dalam pencarian pasangan. Realitas yang demikian inilah yang menjadikan salah satu stasiun televisi dalam pemberitaannya, menyebut Facebook sebagai aplikasi sosial media paling populer dalam pencarian pasangan (Program acara “Dua Sisi” dalam stasiun televisi RCTI. Minggu, 5 Mei 2013).

Berdasarkan permasalahan tersebut, sehingga memunculkan keinginan untuk meneliti dan menganalisa bagaimana pola-pola hegemoni berpacaran di Facebook? Sedangkan penelitian ini bermaksud untuk dapat memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran mengenai penelitian hegemoni berpacaran di Facebook dengan menggunakan teori Antonio Gramsci dalam perspektif Semiotik.

Penggunaan teori yang dipadukan dengan pendekatan tersebut didasarkan atas pengamatan secara akademis. Minimnya penelitian yang menggunakan kombinasi antar keduanya membuat alasan pengkajian masalah hegemoni berpacaran di Facebook ini.

Pada analisa Gramsci, kedudukan ide merupakan hal yang penting, sehingga teori hegemoni yang digunakan juga tidak terlepas dari sebuah ide. Dirinya memandang bahwasannya ide mampu menguasai seseorang yang dikuasai melalui sebuah internalisasi nilai-nilai serta norma penguasa bahkan menyetujui atas keberadaan subordinasi mereka (Saptono, 2012).

Ide mungkin dapat dikatakan sebagai sesuatu yang abstrak. Namun ide yang ada pada setiap orang bagi Gramsci merupakan sebuah sumber kekuatan yang mampu menggerakkan orang lain. Bahkan ide mampu menaklukkan, menundukkan dan bahkan menguasai orang lain dengan memberikan penanaman-penanaman nilai atau norma pada orang lain tersebut. Penggunaan ide dengan sebuah tindakan inilah yang disebut sebagai alat penundukan bagi orang lain. Tindakan yang bersumber atas ide tersebut menjadi bentuk material dari wujud kongrit sebuah kekuasaan.

Dasar dari konsep hegemoni Gramsci tentang adalah adanya suatu kelas, yakni pihak yang menguasai (*superordinat*) dan pihak yang

dikuasai (*subordinat*). Hal ini berkaitan dengan dua cara dalam praktek kekuasaan, yakni kekerasan represif yang dilakukan kelas atas terhadap kelas bawah disebut dengan tindakan dominasi sedangkan cara persuasinya disebut dengan hegemoni (Sharkiedick. 2010. *Antonio Gramsci: Hegemoni. (Online)*. <http://sharkiedick.wordpress.com/antonio-gramsci-hegemoni/>. Diakses : 12 Februari 2013). Pada pembahasa kali ini akan lebih memfokuskan pada kekuasaan dan penundukan secara persuasi. Kekuasaan dan penundukan tersebut berpijak pada konsep hegemoni yang bersifat intelektual dan moral.

Pada praktiknya, hegemoni persuasi ini lebih menggunakan ideologis yang dijalankan melalui ungkapan bahasa dan kata-kata sebagai bentuk alat penanaman kekuasaan. Kekuasaan yang terjadi demikian ini adalah kekuasaan yang lebih bersifat halus dan tanpa adanya ancaman ataupun kekerasan. Pada kekuasaan seperti ini, pihak yang dikuasai tidak akan merasakan keterbelengguannya atas orang yang menguasainya. Mereka yang berada pada kondisi subordinat pada dasarnya telah menjadi pengikut yang berada pada kesadaran semu.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan semiotika. Konsep semiotika ini diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure melalui dikotomi sistem tanda: *signified* dan *signifier* (Santoso, 2003:1-2). Pendekatan ini memberikan analisa pada bahasa, di mana bahasa merupakan bagian dari tanda.

Penggunaan metode ini dimaksudkan agar penelitian dapat menjelaskan dan menginterpretasi aktifitas-aktifitas *facebookers* berupa kata-kata atau kalimat status, komentar, tanda *like* dan gambar *emoticon* pada akun Facebook. Data-data yang dikumpulkan tersebut berkemungkinan menjadi kunci atas apa yang sudah diteliti (Moleong, 2006:11).

Subyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah *facebookers* yang memiliki dan berstatus pasangan. Pemilihan subjek tersebut dilakukan secara *purposive*, yakni didasarkan atas pertimbangan karakteristik subjek (*facebookers*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi akun Facebook

pengguna dan mengambil data dengan cara *memprintscreen*. Sedangkan teknik dalam analisa data dilakukan dengan cara mengkategorikan dan mengelompokan data agar dalam proses pemaparan juga analisis data dengan teori dapat dilakukan dengan mudah dan sistematis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hegemoni Moral Berpacaran di Facebook

Hegemoni moral yang dimaksud di sini adalah sebuah penundukan atas kekuasaan seseorang (*facebookers*) pada khalayak. Pada praktiknya, penundukan tersebut dilakukan dengan menggunakan nilai-nilai diri dan keagamaan berupa kata-kata bahasa dalam status dan komentar. Diantara pola-pola dari praktik hegemoni secara moral berpacaran di Facebook adalah profil diri, ungkapan perhatian, pengakuan diri, dan klaim-klaim agama.

Profil diri merupakan sebuah pola hegemoni moral melalui aktivitas pemasangan foto dan juga beberapa keterangan identitas pribadi terkait pendidikan, pekerjaan maupun status asmara. Hal ini menjadi sebuah wujud ekspresi dan karakter diri *facebookers* dalam dunia *virtual*. Pemasangan foto, identitas dan status seseorang sering kali dimaksudkan agar dapat dilihat, dibaca dan dikomentari oleh pengguna Facebook lain. Bukan hanya pengguna yang berteman, bahkan semua orang dapat melihat, membaca dan mengomentari bila status Facebook yang ada berpengaturan umum. Keinginan agar orang lain mengetahui dan menghargai, bahkan tunduk (dalam artian tidak mengganggu) kehidupannya maupun hubungan dirinya bersama pasangannya inilah yang disebut dengan publikatif hubungan yang bersifat hegemonik.

Berbagai gambar foto *facebookers* yang dipasang pada foto profil maupun sampul, memberikan siratan bahasa isyarat akan makna yang dibangun. Hal inilah yang disebut dengan pendekatan bahasa gambar (Tinarbuko, 2012: 98). Sehingga, gambar foto tidak hanya dilihat sebagai sesuatu yang biasa dan tidak bermakna, melainkan penuh dengan simbol dan tanda.

Pola hegemoni moral lain adalah ungkapan perhatian. Pola ini merupakan sebuah kekuasaan persuasi yang dapat berupa ungkapan-ungkapan

kasih sayang yang menjadi simbol perhatian *facebookers* pada pasangannya. Bahkan memberikan perhatian dengan ungkapan dan ucapan manis dan puitis menjadi senjata *facebookers* dalam menaklukkan hati pasangannya. Penaklukan inilah yang menjadi wujud dari hegemoni moral.

Pengakuan diri menjadi salah satu dari pola hegemoni moral yang menjadi aktifitas *pengupdatean* status yang dapat memberikan sebuah *power* dalam hubungan berpasangan. Hal ini dikarenakan pengakuan diri merupakan sebuah status yang menggambarkan kerendahan hati seseorang untuk berucap maaf sebagai tanda pengakuan kesalahan atau *kekhilafan* diri. Tidak hanya itu, pengakuan diri juga menggambarkan akan penggunaan sebuah status dalam meredakan amarah atau konflik diantara yang bersangkutan sehingga akan menampilkan citra kebaikan bagi si *pengupdate*. Status seperti inilah yang memunculkan kekuasaan dan hegemoni persuasi di Facebook atas perasaan luhunya para khalayak.

Seperti halnya pola-pola yang lain, klaim-klaim agama juga menjadi sebuah status yang dapat menjadi praktik hegemoni moral. Status dengan pola klaim-klaim agama seperti ini merupakan wujud dari *pengupdatean* kata-kata atas dasar nilai-nilai keagamaan. Nilai keagamaan seolah menjadi sesuatu yang dianggap tinggi dan suci. Sehingga hal inilah yang dapat mencitrakan *pengupdate* pada *facebookers* sebagai sosok manusia yang religius. Pencitraan yang demikian inilah yang menjadi proses dari kekuasaan hegemoni persuasi.

### **Hegemoni Intelektual Berpacaran di Facebook**

Hegemoni intelektual yang dimaksud di sini adalah sebuah tanda dengan menggunakan dasar-dasar bahasa kiasan yang bersifat intelek dan berpendidikan. Tidak hanya itu, hegemoni intelektual juga berupa kata-kata bahasa yang menggambarkan sesuatu yang dapat dibuktikan secara nyata. Diantara pola-pola hegemoni intelektual adalah kata-kata bijak, pengetahuan dan bahasa akademik, lirik lagu dan penilaian pasangan secara nyata yang dituliskan *facebookers* melalui status yang *diupdate*.

Kata-kata bijak merupakan salah satu aktifitas *pengupdatean* status dengan menggunakan bahasa indah dan juga kiasan sebagai sebuah petuah dalam hidup. Status seperti ini menjadi kekuatan (*power*) tersendiri dalam sebuah hubungan berpasangan di Facebook. Sehingga dalam penulisan status bijak akan memunculkan sebuah pencitraan yang nantinya akan menghegemoni *facebookers* sebagai pembaca.

Pola hegemoni intelektual lain adalah pengetahuan dan bahasa akademik. Pada prakteknya, pola pengetahuan dan bahasa akademik merupakan sebuah bentuk dari hasil pengalaman hidup seseorang atas sebuah pendidikan yang telah atau tengah dijalani. Pada perkembangannya, pengetahuan dan bahasa akademik dapat ditemui di mana saja atau sering kali melalui pendidikan formal, nonformal, pengetahuan umum, informasi sosial media, dan sebagainya. Status yang demikian ini memberikan citra diri akan seseorang yang berpendidikan dan pintar. Sehingga status yang sarat akan hegemoni persuasi tersebut akan menjadikan sebuah penundukan bagi khalayak.

Lirik lagu juga menjadi salah satu dari pola hegemoni intelektual. Pola hegemoni dengan lirik lagu merupakan sebuah alat penundukan yang menggunakan bahasa kiasan sebagai ungkapan *facebookers* atas apa yang dirasakan. Penulisan lirik lagu seolah menjadi gambaran diri atas suasana hati *facebookers*. Kategori ini dijadikan sebagai sebuah pola hegemoni intelektual dikarenakan lirik lagu yang dituliskan merupakan sebuah hasil karya seorang musisi. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penggunaan kuasa intelektual melalui hasil karya dari seorang musisi.

Seperti halnya pola-pola yang lain, penilaian pasangan secara nyata juga merupakan salah satu pola hegemoni intelektual yang dapat menundukkan khalayak. Pola ini dikategorikan pada praktik hegemoni intelektual dikarenakan adanya sebuah observasi dalam penilaian yang diberikan. Maksudnya di sini adalah sebuah kejelasan atas apa yang dilihat dan dirasakan melalui panca indra.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian ini, maka dapat ditemukan beberapa pola hegemoni berpacaran

di Facebook, yaitu pertama, hegemoni moral yang berkaitan dengan profil diri, ungkapan perhatian, pengakuan diri dan klaim-klaim agama. Kedua, hegemoni intelektual yang berkaitan dengan kata-kata bijak, pengetahuan dan bahasa akademik, lirik lagu dan penilaian pasangan secara nyata. Pola hegemoni berpacaran di Facebook yang ditampilkan tersebut kemudian melahirkan sebuah realitas virtual akan hubungan yang cukup serius dan tidak main-main.

Selain pola hegemoni dan realitas yang dibangun *facebookers*, hegemoni juga tidak hanya dilakukan oleh kaum laki-laki, akan tetapi kaum perempuan juga dapat memegang kendali dalam penundukan dan kekuasaan pada pasangannya maupun khalayak umum.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin. 2007. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kapang, Fredi Yusman. 2009. *Planet Facebook; 6 Jurus Ampuh Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saptono (Dosen PS Seni Karawitan). 2012. *Teori Hegemoni Sebuah Teori Kebudayaan Kontemporer*.
- Sharkiedick. 2010. *Antonio Gramsci: Hegemoni*. (Online). <http://sharkiedick.wordpress.com/antonio-gramsci-hegemoni/>. Diakses : 12 Februari 2013.
- Tinarbuko, Sumbo. 2012. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

