

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 622/Ilmu Komunikasi
Bidang Fokus : Sosial Humaniora – Seni Budaya - Pendidikan

LAPORAN HASIL PENELITIAN INTERNAL



**Komunikasi Verbal dan Non Verbal Dunia Siber:
Fenomena Warganet dalam Perilaku Menerima dan
Membagikan Informasi**

TIM PENGUSUL

Drs. Dani Vardiansyah, M.Si – 0315096301
Euis Heryati MM. M.Ikom – 0301046803
Resman Muharul Tambunan SE, M.Si – 325017401

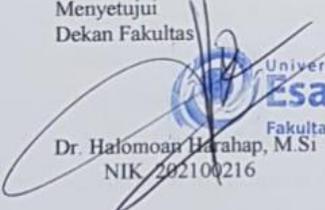
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
April 2019**

**Lembar Pengesahan Hasil
Penelitian Hibah Internal
Universitas Esa Unggul**

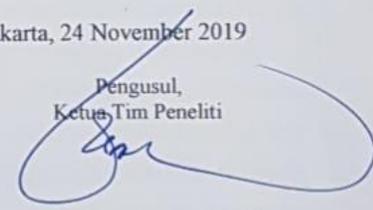
1. Judul Penelitian : Fenomena Perilaku Warganet dalam Menerima dan Membagikan Informasi di Dunia Maya
2. Kode>Nama Rumpun Ilmu : 622/Ilmu Komunikasi
3. Ketua Peneliti :
 - a. Nama : Drs. Dani Vardiansyah, M.Si
 - b. NIDN : 0315096301
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - d. Fakultas / Prodi : Ilmu Komunikasi
 - e. Bidang keahlian : Ilmu Komunikasi
 - f. Telepon : 081519191219
 - g. Email : dani.vardiansyah@esaunggul.ac.id
4. Jumlah Anggota Peneliti : Dua
5. a. Nama (Anggota 1) : Euis Heryati MM. M.Ikom
b. NIDN : 0301046803
c. Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul
6. a. Nama (Anggota 2) : Resman Muharul Tambunan SE, M.Si
b. NIDN : 325017401
c. Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul
7. Biaya Penelitian : Rp. 24.000.000
8. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Penelitian

Jakarta, 24 November 2019

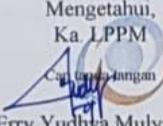
Menyetujui
Dekan Fakultas


Universitas
Esa Unggul
Fakultas Ilmu Komunikasi
Dr. Hafomoan Harahap, M.Si
NIK. 202100216

Pengusul,
Ketua Tim Peneliti


Drs. Dani Vardiansyah M.Si
NIK. 298080098

Mengetahui,
Ka LPPM


Universitas
Esa Unggul
L P P M
DR. Erry Yudhya Mulyani, M.Sc
NIK. 209100388

RINGKASAN PROPOSAL

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku pertukaran pesan individu dan masyarakat digital era siber sebagai kelanjutan Penelitian Hibah Internal 2018 bertajuk *Model Penerimaan dan Penyampaian Pesan Kampanye Politik di Media Sosial* (Vardiansyah, 2018). Perbedaannya adalah bahwa proposal ini tidak semata mengobservasi pesan dalam konteks kampanye politik melainkan pada ragam pesan verbal non verbal secara umum. Sebagai Hibah Internal dengan segala keterbatasannya, penelitian ini direncanakan berfokus pada analisis data sekunder dari penelitian-penelitian terdahulu. Adapun target luaran berupa jurnal nasional ber-ISSN atau berakreditasi.

Kata Kunci: gaya komunikasi siber, pengiriman pesan siber, penyampaian pesan siber, perilaku warganet.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI	ii
RINGKASAN	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latarbelakang dan Permasalahan	
2. Tujuan Penelitian	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
1. Komunikasi Berbasis Komputer	
2. Sigmund Freud Tubuh dan Diri	
3. Ruang Siber dan Realitas Virtual	
4. Jacques Lacan: Diri yang Ideal	
5. Jean Baudrilard: Simulakra	

6. Herbert Blumer: Diri sebagai Objek Sosial

7. Erving Goffman: Presentasi Diri

BAB III METODE PENELITIAN

9

1. Tema Sentral

2. Kaitan Tema Sentral dengan Penelitian

3. Metode, Bahan Penelitian, Populasi dan Sampel

BAB IV LUARAN, TARGET CAPAIAN, JADWAL PENELITIAN, DAN

RENCANA BIAYA

1. Luaran dan Target Capaian

2. Jadwal Penelitian

3. Rencana Anggaran Biaya

DAFTAR PUSTAKA

14

LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang dan Permasalahan

Mari cermati penelitian Weeks et all sebagaimana termuat JCMC Volume 22 Issue 6 (2017:363-379). Peneliti coba mengkaji bagaimana individu berbagi informasi politik di media sosial, bagaimana individu coba menawarkan kesempatan kepada warganet lainnya terlibat dalam suatu berita, serta bagaimana mengekspresikan pandangan politik mereka. Weeks dan teman-teman menelaah perbedaan pola paparan informasi politik online, termasuk paparan insidental dan selektif, yang memengaruhi pola berbagi (sharing) warganet yang menjadi sampel penelitiannya. Dengan data ‘survei panel dua-gelombang’ yang dilakukan di Amerika Serikat, peneliti menganalisis hubungan antara paparan insidental dan selektif, serta konsekuensinya dengan berbagi informasi politik di berbagai tingkat kekuatan afiliasi partai politik. Hasilnya menunjukkan, paparan insidental terhadap informasi yang bertentangan dengan sikap, mendorong partisan yang lebih kuat untuk lebih aktif mencari konten politik yang berpikiran sama, yang pada gilirannya mendorong berbagi informasi politik di media sosial (Weeks et. all, 2017). Dari penelitian Weeks et all ini, menarik untuk mempertanyakan mengapa individu warganet membagikan atau tidak membagikan informasi secara online?

Menurut Thompson & Filik yang penelitiannya termuat dalam JCMC Volume 21 Issue 2 (2016:18-34) menunjukkan, dalam berkomunikasi secara online warganet sering menggunakan emotikon. Karenanya, mereka melakukan dua studi guna menyelidiki penggunaan emotikon dan mengklarifikasi maksud pesan. Mereka juga memeriksa sarkasme,

khususnya yang bisa sangat sulit untuk ditafsirkan dengan benar dalam komunikasi tertulis warganet. Dalam dua studi itu, responden diminta membuat niat pesan dengan jelas. Dalam penelitian pertama, Thompson dkk mengklarifikasi makna kalimat tanpa mengubah kata-kata. Dalam yang kedua, Thompson dkk membuat kalimat sendiri. Hasilnya membuktikan, emotikon lidah dan kedipan mata adalah indikator utama dari niat sarkastik dan bahwa elipsis lebih terkait dengan kritik, bukan dengan sarkasme. Temuan ini menyoroti peran penting yang dimainkan emotikon dalam mengklarifikasi niat pesan, mengimbangi tidak adanya isyarat nonverbal dalam komunikasi tertulis (Thompson & Filik, 2016). Karenanya, menarik untuk memahami bagaimana simbol-simbol digunakan warganet dalam berkomunikasi yang, dalam bentuk terbaru, tampil dalam berbagai meme.

Selain itu, kata-kata gaul internet – termasuk ujaran kebencian – dengan cepat dapat menyebar dikarenakan meme sosial dan konten online viral. Weibo – layanan seperti Twitter di Cina – misalnya, menunjukkan bahwa adopsi bahasa gaul internet populer mengalami dua puncak berbeda dalam evolusi temporal, di mana yang pertama relatif lebih rendah daripada yang terakhir. Penelitian Zang et al yang terbit di JCMC Volume 21 Issue 1 (2016:1-13) coba melakukan perbandingan atas difusi perbedaan itu. Peneliti menemukan bahwa perhatian populer pada tahap awal propagasi menghasilkan cakupan skala besar, sedangkan partisipasi para pemimpin opini pada tahap awal hanya mengarah pada popularitas kecil (Zang et al, 2016). Karenanya, menarik memahami perilaku dibalik tindakan-tindakan sosial warganet yang terkadang berbeda dalam keseharian hidup mereka.

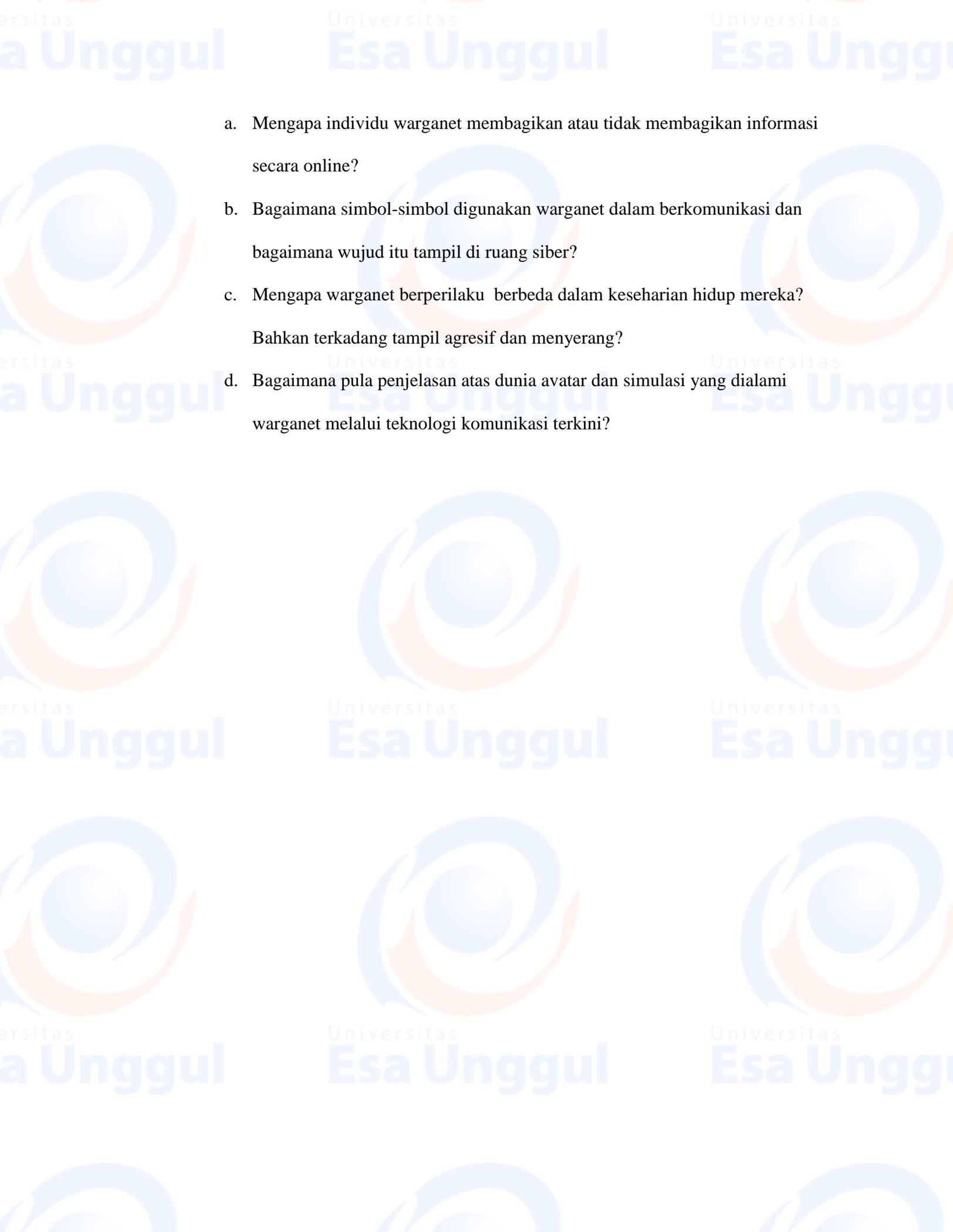
Masalah kredibilitas juga merupakan objek penelitian yang populer, namun penelitian yang khusus mengkaji efek ‘strategi mendiskreditkan/menjelekkkan pihak lawan’ jarang dilakukan. Mengingat pentingnya masalah ini, menarik untuk mengkaji sumber-sumber yang

dengan sengaja menyebarkan informasi yang salah atau berupa hoax. Huges et all dalam JCMC Volume 19 Issue 3 (2014: 325-341) meneliti efek menyerang/agresif dan ujaran kebencian yang ditujukan kepada keahlian atau karakteristik ethos pihak lawan pada postingan di bulletin board. Hasilnya menunjukkan, dukungan serta kombinasi spesifik dari strategi 'serangan mendiskreditkan' secara signifikan mengurangi persepsi pembaca postingan tentang kredibilitas sang pemosting itu sendiri. Selain itu, serangan terhadap keahlian atau kepercayaan dari pemosting mengakibatkan berkurangnya kemungkinan pembaca mengambil tindakan sehubungan dengan masalah itu (Huges et all, 2014). Karenanya, pemahaman atas perilaku online seperti ini penting untuk dikaji lebih jauh.

Dalam pertumbuhan teknologi kekinian, perwujudan robot humanoid merupakan bentuk termediasi yang terus dikembangkan. Melalui dua penelitian, Aymerich- Franch et. all yang termuat dalam JCMC Volume 22 Issue 4 (2017:215-230) mengukur ilusi haptik (sentuhan) selama perwujudan robot humanoid. Peneliti menemukan, sekitar 60% pengguna melaporkan sensasi haptik di tangan mereka saat menyentuh tirai. Secara kritis, penelitian ini menunjukkan untuk pertama kalinya bahwa pengguna dapat mengalami sensasi haptik dari anggota badan/agen nonanthropomorphik yang diwujudkan dengan umpan balik visual. Hasil penelitian memiliki implikasi penting untuk memahami proses kognitif yang mengatur perwujudan yang dimediasi dan desain skenario avatar (Aymerich- Franch et. all, 2017). Karenanya, menarik mengkaji dunia avatar dan simulasi yang dialami warganet melalui teknologi komunikasi terkini itu.

1. Tujuan Penelitian

Dengan latar di atas, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

- 
- a. Mengapa individu warganet membagikan atau tidak membagikan informasi secara online?
 - b. Bagaimana simbol-simbol digunakan warganet dalam berkomunikasi dan bagaimana wujud itu tampil di ruang siber?
 - c. Mengapa warganet berperilaku berbeda dalam keseharian hidup mereka? Bahkan terkadang tampil agresif dan menyerang?
 - d. Bagaimana pula penjelasan atas dunia avatar dan simulasi yang dialami warganet melalui teknologi komunikasi terkini?

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Berbasis Komputer

Dalam KBK (Komunikasi Bermediasi Komputer – Computer Mediated Communication) komunikasi dapat terjadi secara sinkronus dan asinkronus. Dalam sinkronus, komunikasi berjalan *realtime*, komunikator dan komunikan saling menyahut seketika semisal pada *video call*, *internet call*, atau *whatsapp text*. Sedangkan asinkronus semisal postingan di *wall* Facebook atau *bulletinboard* yang dapat tunda, tidak *realtime*. Baik komunikasi sinkronus, dan utamanya pada komunikasi asinkronus, KBK mendatangkan pengalaman luar tubuh, “*out of body experience*”, demikian dinyatakan Athique, (2013:68). Hal ini menyebabkan kualitas esensial dalam komunikasi tatap muka lenyap. Isyarat nonverbal (mimik, gerak gerik, intonasi), yang bisa ditangkap dalam komunikasi langsung – dan banyak hal bisa dimaknai guna menghindarkan miskomunikasi – tidak hadir. Akibatnya, dalam KBK yang lebih banyak menggunakan teks atau komunikasi asinkronus itu, makna pesan menjadi samar, rancu, atau hilang sama sekali. Di KBK, komunikasi menjadi anonim dan de-personalisasi, mudah melahirkan kesalahpahaman semudah melahirkan sikap mengejek, menghina, melecehkan, mengintimidasi, serta perilaku agresif dan destruktif lainnya. Demikian hasil penelitian Walther, 1992, (dalam Athique, 2013:69) mengenai sikap-sikap antisosial warganet.

Walau demikian, penelitian Walther bertolak belakang dengan temuan Rezabek & Cochenour, 1998 (dalam Athique, 2013:69). Mereka mendapatkan adanya sikap pro-sosial, peningkatan ketrampilan dan kemampuan dalam mengembangkan cara-cara baru dari responden. Juga ada temuan Tutkle (1996) tentang berbagai perilaku prososial dan positif yang muncul di kalangan warganet dalam komunikasi “*out of body experienced*” itu.

Guna memahami perilaku warganet sebagaimana di atas, mari kaji beberapa teori mendasar tentang individu manusia dan perilakunya.

2. Sigmund Freud: Tubuh dan Diri

Jika merunut pemikiran filsuf Barat terdapat konsep pemisahan diri dan tubuh yang akarnya bisa kita temukan dalam Descartes bahwa tubuh adalah wujud material yang fisik sementara diri adalah bagian dari kesadaran immaterial. Dalam teorinya *Id-Ego-Super Ego*, Freud menyatakan, “*The Mind is aware and directs the Body. The needs of the Body also influence the intellectual operation of the mind*” (sebagaimana dikutip dari Athique, 2013:69). Mengacu Freud, imperatif tubuh individu adalah komponen utama perilaku sosial. Proses sosialisasi ini bagi Freud, “Terjadi dalam proses bertahap pemisahan seorang bayi dari ibunya, ketika perumusan rasa diri yang berbeda mulai membentuk ego” (Athique, 2013:70). Pendekatan Freudian ke media mendalilkan hubungan yang didefinisikan antara pikiran dan tubuh, memungkinkan konteks intelektual komunikasi dan pengalaman yang terkandung di dalamnya sebagai keseluruhan. “Psikoanalisis memberikan penjelasan masuk akal atas dampak emosional mendalam yang timbul dari komunikasi visual, di mana paparan konten simbolik telah dilihat untuk memperoleh respons fisik antaraudien,” (Athique, 2013:70).

3. Ruang Siber dan Realitas Virtual

Konten intelektual dari komunikasi siber mewujudkan pengalaman sebagai dasar pertimbangan keseluruhan, membawa kita memasuki ruang-waktu baru yang bersifat nirjarak-nirwaktu, dinamai ruang siber (*cyber space*). Istilah ini pertama dikemukakan William Gibson dalam novel fiksi *Neuromancer* (1984) yang ia gunakan untuk menggambarkan dunia digital yang dihuni karakter yang, "... Telah 'bergabung' ke jaringan komputer universal dan secara efektif terpisah dari badan material, melakukan tindakan dan interaksi dalam domain elektronik," (Athique, 2013:73). Di ruang dan waktu baru itu, kita bisa mengirim undangan ke berbagai belahan dunia, mengunjungi perpustakaan dimana pun, dan mendapatkan berbagai informasi di ujung jari kita. "*Information at your finger tips,*" kata Bill Gates (1999:15). Di ruang dan waktu baru itu, yakni di ruang siber, kita menggunakan 'bahasa baru' berupa eksistensi diri yang mawujud dalam emotikon, *meme*, avatar. Di sini pula kita mengalami pengalaman baru dalam bentuk realitas virtual.

Di awal-awal kelahiran internet, ruang siber ibarat pembebasan tak terbatas, tidak ada batas larangan – sebasnya – karena perangkat hukum terlambat mengikuti pertumbuhan pesat digitalisasi. "Kebebasan digital," dinyatakan Athique (2013:74) "mencakup tiga hal. Pertama, memungkinkan lari dari keterbatasan fisik yang ditempatkan pada tubuh dunia material. Kedua, memungkinkan orang mengatasi kendala sosial yang secara luas ditegakkan wacana ras, gender, dan sebagainya. Ketiga, mengizinkan ekspresi penuh diri di dalam lingkungan di mana kita tidak menghadapi bahaya fisik sebagai akibat dari ekspresi itu." Lantas, apakah tampilan diri di ruang siber sesungguhnya adalah diri kita yang ideal?

4. Jacques Lacan: Diri yang Ideal

Memperluas teori psikoanalitik Freud, Lacan menyatakan interaksi timbal balik dan keinginan bawah sadar manusia, “Mewujud dalam bentuk bahasa (*language*)”. “*You are what you spoke*” yang dalam ruang siber menjadi “*You are what you wrote*”. Lacan percaya, bentuk bahasa yang digunakan menentukan apa yang dapat diterima atau yang tidak dapat diterima dalam tatanan simbolik inherennya. Sebelum pengembangan kemampuan bahasa, Lacan melihat bayi gagal membedakan antara diri dan objek keinginannya (ibu/*mother*). Lacan mengidentifikasi ‘tahap *mirror subsequent*’ di mana, “... *the infant begins to comprehend the distinction between self and (m)other*” (Athique, 2013:74). Awalnya, si anak keliru dengan citra tubuh dirinya yang terpantul di cermin sebagai *bukan* dirinya melainkan diri yang lain, yang sepenuhnya belum terealisasi. Ketika akhirnya bayangan di cermin mulai disadari sebagai cerminan diri fisik sendiri, “... Ia terus berfungsi secara tidak sadar sebagai diri lain yang diidealkan. Ego eksternal ini menyediakan fokus untuk identifikasi narsistik dengan citra tubuh,” (Athique, 2013:74). Karenanya, menarik memikirkan kesejajaran antara akses Lacan tentang diri ideal sebagai tubuh simbolis dan identifikasi kita dengan avatar digital berupa *selfie* dan narsisme di jejaring sosial, yang dalam bahasa Baudrillard dimaknai sebagai simulakra.

5. Jean Baudrillard: Simulakra

Istilah 'simulakrum' (reproduksi buatan) berasal dari zaman kuno. Bagi Baudrillard, hakikatnya gambar selalu simulakra karena selalu berupa gambaran suatu benda dan bukan benda itu sendiri. Meskipun secara inheren buatan dan tidak nyata, gambar tetap diilhami dengan makna nyata. Kekuatan makna-makna itu tidak dibatasi oleh apa yang secara literal

digambarkan dalam gambar, sebanyak apa yang ditandakan atau disarankan pada tingkat yang lebih dalam. “Karena gambar adalah gambar,” kata Baudrillard (1984:12).

Dalam media elektronik kontemporer, Baudrillard berpendapat bahwa gambar berfungsi jauh melampaui peran deskriptif dalam menunjukkan beberapa bentuk 'prinsip realitas' yang melaluinya makna-makna dipahami. Gambar digital dengan mudah berlipat ganda dalam praktik sehari-hari di ruang siber, memiliki sifat ikonik yang jauh lebih besar dari sekedar kata atau lukisan. Bekerja selalu dalam kombinasi, gambar-gambar ikonik menciptakan makna baru bagi mereka sendiri, yakni gambar yang disusun dengan mengacu pada gambar sebelumnya. “Pernyataan visual selanjutnya merujuk ke rantai panjang gambar lain sebelum mereka (gambar-gambar itu) memberikan tautan indeks apa pun ke orang atau objek nyata,” (Athique, 2013:84).

Akibatnya, makna dari segala sesuatu menjadi kokoh di dalam 'jenjang penandaan' yang lebih besar, yang dicirikan Baudrillard sebagai, “Fabrikasi kumulatif massif” (Athique, 2013:84). Dengan logika ini, menurut Baudrillard, kita hidup di era simulasi visual dalam skala besar dimana gambar hanya dapat dinilai oleh kemanjuran atau kedalaman dari simulasi itu sendiri. Terpengaruh McLuhan, Baudrillard meyakini bahwa kita telah menjalani kehidupan secara lebih luas sebagai pengalaman pengiriman 'barang bekas', yaitu gambar-gambar yang direproduksi lagi dan lagi. Ia mengklaim bahwa penggandaan dunia gambar telah mengakibatkan terpecahnya realitas objektif yang dapat dipahami dengan baik dalam kaitannya dengan 'tataran simulasi'.

Terdapat empat tataran simulasi. Tataran pertama adalah gambar/salinan yang setia pada aslinya, dalam apa yang disebut Baudrillard, "Tataran sakramental." Tataran kedua sudah menjadi penyimpangan realitas, di sini kita percaya bahwa tanda adalah salinan yang

tidak setia, yang ‘menutupi dan menolak kenyataan’, semisal filter pada fotografi yang tersedia sebelum kita posting di Instagram, membuat sesuatu menjadi lebih indah dari aslinya. Tataran ketiga menutupi tidak adanya realitas yang mendalam, di mana tanda itu ‘berpura-pura’ sebagai salinan yang setia pada aslinya, tetapi itu adalah salinan tanpa orisinal hasil *photoshop*. Tataran keempat merupakan simulakrum murni, di mana simulakrum tidak lagi memiliki hubungan dengan realitas apa pun. Di sini, tanda-tanda hanya mencerminkan tanda-tanda lain, dan setiap klaim terhadap realitas pada bagian gambar atau tanda-tanda hanya dari urutan klaim lainnya. “Ini adalah rezim kesetaraan total, di mana produk budaya tidak perlu lagi, bahkan berpura-pura menjadi nyata dalam arti naif, karena pengalaman hidup konsumen sangat artifisial sehingga bahkan klaim terhadap realitas diharapkan dapat diringkas dalam artifisial yang *hyper-real*. Segala pretensi naif terhadap realitas seperti itu dianggap sebagai kehilangan kesadaran diri yang kritis, dan dengan demikian terlalu berlebihan,” (lihat Athique, 2013:85). Namun, simbol-simbol seperti itulah yang saat ini kita interaksikan dalam ruang siber. Terkait simbol-simbol yang diinteraksikan ini, oleh karenanya, menarik mencermati pemikiran interaksi simbolik dari Blumer.

6. Herbert Blumer: Diri sebagai Objek Sosial

Tradisi interaksionis bermula dari premis bahwa realitas sosial diciptakan (dan diciptakan kembali) melalui pengalaman manusia yang darinya makna diturunkan. Blumer memahami diri sebagai proses sosial, “... yang mengkonstruksi diri kita sebagai hasil sosialisasi yang kita alami sedari kecil,” (Athique, 2013:97). Secara umum, dengan dasar semiotika strukturalisme Prancis, interaksionisme simbolik melihat ekspresi atas suatu objek sebagai deskripsi dari berbagai hal dan terutama sebagai hubungan makna dengan suatu

objek. Atribusi makna ditentukan oleh apa yang kita sebut sebagai, "Sesuatu yang kita lakukan dengannya." Karena itu, penggunaan simbolik atas objek apa pun merupakan tindakan yang dilakukan seseorang. "Kepentingan interaksionisme simbolik melampaui proses formal dan ritual komunikasi karena mengakui bahwa sepanjang hidup, kita mengawasi orang lain untuk mengamati tindakan mereka." (Athique, 2013:97). Dengan melakukan itu, kita mengasosiasikan objek dengan makna dan, dengan demikian, mengubahnya menjadi objek sosial dengan hak mereka sendiri. Ini mengharuskan kita untuk meningkatkan 'I' individu bawaan (penghasut tindakan kita) dengan kemampuan untuk mengambil peran imajiner yang mengamati kita, "Dalam bentuk orang-orang aktual maupun perspektif yang lebih umum dari jenis dan kelompok sosial. Imajinasi 'melihat ke belakang' pada diri ini menghasilkan aspek lain dari kepribadian, citra publik yang disebut sebagai 'Me'," (Athique, 2013:97).

7. Erving Goffman: Presentasi Diri

Perbedaan antara publik dan pribadi juga memiliki implikasi praktis untuk mempertahankan hubungan yang tepat antara 'I' dan 'Me'. Semakin publik sebuah tindakan komunikasi semakin tegas ia diarahkan kepada "... orang-orang umum yang bertentangan dengan individu-individu yang memiliki ikatan sosial dengan kita. Sebagai akibatnya, pidato publik menjadi lebih tegas ditentukan oleh norma-norma sosial yang membutuhkan presentasi 'Me' yang koheren dengan norma-norma yang dapat digeneralisasi," kata Athique (2013:99). Goffman mengklaim bahwa, "Karena setiap manusia adalah aktor sosial, maka setiap persona yang kita proyeksikan di panggung disiapkan dengan hati-hati di belakang panggung," (Athique, 2013:99). Dalam hal ini, pengalaman sosial kita terdiri dari

serangkaian kinerja yang sensitif secara kontekstual – dan reflektif diri antara aktor sosial – dimana masing-masing dari kita terlibat dalam presentasi strategis diri yang Goffman rujuk sebagai ‘impression management’. Dan itulah diri kita yang tampil dalam jejaring sosial.

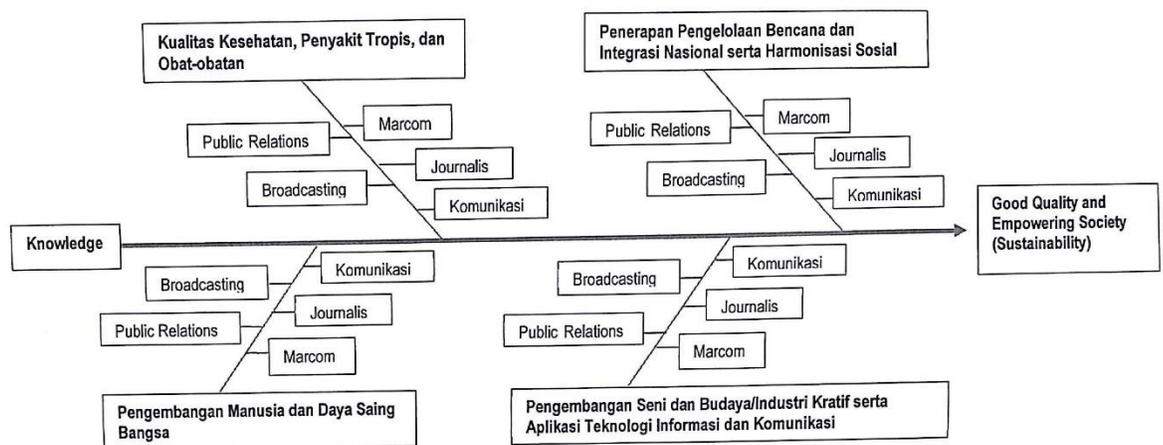
BAB III

METODE PENELITIAN

1. Tema Sentral

Mengacu kepada pedoman Riset Unggulan Universitas Esa Unggul (UEU) dan Road Map yang menjadi payung Penelitian Unggulan UEU 2021, sasaran yang ingin dicapai adalah mendapatkan hasil penelitian yang berkualitas dan sustainable. Untuk mewujudkannya, seluruh program penelitian diarahkan kepada tujuh tema sentral unggulan UEU, yaitu: (a) Pengentasan Kemiskinan dan Ketahanan & Keamanan Pangan; (b) Pemanfaatan Energi Baru dan Terbarukan; (c) Kualitas Kesehatan, Penyakit Tropis, Gizi & Obat-obatan; (d) Penerapan Pengelolaan Bencana dan Integrasi Nasional & Harmoni Sosial; (e) Implementasi Otonomi Daerah & Desentralisasi; (f) Pengembangan Seni & Budaya/Industri Kreatif dan Teknologi Informasi & Komunikasi; (g) Pembangunan Manusia dan Daya Saing Bangsa. Masing-masing bidang ilmu dalam lingkungan UEU mengikuti ketujuh tema sentral tersebut. Sehingga, hasil penelitian yang dilakukan melahirkan penelitian unggulan sebagaimana diharapkan.

Terkait Renstra UEU, Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom) memilih beberapa tema relevan, yaitu bidang Ilmu Komunikasi Pemasaran, Ilmu Kehumasan, Ilmu Jurnalistik, dan Ilmu Kepenyiaran. Fikom merumuskan rencana penelitian fakultas sebagaimana bisa dilihat pada Fishbond Renstra.



2. Kaitan Tema Sentral dengan Penelitian

Mengacu pada dokumen Renstra sebagaimana diungkap di atas, maka penelitian ini masuk ke dalam tema sentral “f. Pengembangan Seni & Budaya/Industri Kreatif dan Teknologi Informasi & Komunikasi”, di mana sesuai Renstra, penelitian ini masuk ke dalam “Konsep/Pemikiran/Solusi/Pemecahan Strategi Komunikasi dalam Peredaan Konflik Horizontal.”

4. Metode, Bahan Penelitian, Populasi dan Sampel

Proposal ini mengajukan penelitian kepustakaan atas data-data sekunder untuk dianalisis, yakni dengan menggunakan artikel-artikel JCMC yang dipilih secara random sebagai sampel kasus untuk dikaji. Karenanya data bersifat sekunder, yaitu hasil penelitian terdahulu dan/atau temuan yang disajikan dalam jurnal JCMC berikut studi pustaka berupa buku-buku yang relevan, membuat pendekatan lebih bersifat teoretis dengan tujuan mendapatkan gambaran dan pemahaman tentang perilaku individu digital. Teori yang

digunakan mengacu kepada buku yang dipilih secara purposive dengan kriteria yang dapat menjawab permasalahan yang diangkat. Karenanya, dirasa relevan untuk menjadikan buku Adrian Athique (2013) sebagai rujukan utama. Buku itu terdiri dalam empat bagian, yaitu: Sejarah Digital, Individu Digital, Ekonomi Digital, dan Otoritas Digital. Sesuai tema makalah ini, mari hanya berfokus pada Bagian Kedua buku itu – Individu Digital – untuk digunakan sebagai acuan menjawab empat pertanyaan permasalahan utama usulan penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum mengulas dan membahas hasil penelitian, berikut ini adalah beberapa data sekunder yang akan dianalisis. Pertama adalah penelitian berjudul *Object Touch by a Humanoid Robot Avatar Induces Haptic Sensation in the Real Hand* yang dilakukan oleh Petit, Ganesh & Kheddar (2017). Para peneliti ini coba melihat perwujudan robot humanoid sebagai bentuk perwujudan termediasi yang baru dikembangkan. Melalui dua penelitian, para peneliti melaporkan dan mengukur ilusi haptik (sentuhan) baru selama perwujudan robot humanoid. Sekitar 60% pengguna melaporkan sensasi haptic di tangan mereka yang sebenarnya ketika mereka mengamati avatar robot mereka menyentuh tirai dengan tangannya. Secara kritis, penelitian ini menunjukkan untuk pertama kalinya bahwa pengguna dapat mengalami sensasi haptic dari anggota badan/agen nonanthropomorphik yang diwujudkan dengan umpan balik visual saja (misalnya tidak ada umpan balik haptic yang disediakan). Hasilnya memiliki implikasi penting untuk memahami proses kognitif yang mengatur perwujudan yang dimediasi dan desain skenario avatar.

Kedua adalah penelitian berjudul *Discrediting in a Message Board Forum: The Effects of Social Support and Attacks on Expertise and Trustworthines* Hughes et. al (2014). Para peneliti menyatakan bahwa dalam prevalensi media online saat ini, kredibilitas terus menjadi subjek penelitian empiris yang populer. Namun, penelitian yang meneliti efek dari strategi mendiskreditkan jarang terjadi. Bagi para peneliti, masalah ini sangat penting mengingat popularitas media online dan kemudahan sumber-sumber tersebut untuk menyebarkan informasi yang salah. Oleh karena itu, penelitian ini meneliti efek menyerang keahlian dan kepercayaan dari pendukung masalah sosial utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan serta kombinasi spesifik dari strategi serangan mendiskreditkan secara signifikan mengurangi persepsi pembaca postingan tentang

kredibilitas pemrakarsa. Selain itu, serangan terhadap keahlian atau kepercayaan dari pemrakarsa mengakibatkan berkurangnya kemungkinan pembaca mengambil tindakan sehubungan dengan masalah ini.

Ketiga, penelitian berjudul *Sarcasm in Written Communication: Emoticons are Efficient Markers of Intention* yang dilakukan oleh Thompson & Filik (2016). Kedua peneliti menyajikan studi yang menyelidiki penggunaan emotikon dalam mengklarifikasi maksud pesan. Peneliti memeriksa sarkasme khususnya, yang bisa sangat sulit untuk ditafsirkan dengan benar dalam komunikasi tertulis. Dalam kedua studi, peserta diminta untuk membuat maksud pesan mereka jelas. Yang pertama, mereka mengklarifikasi makna kalimat yang ada tanpa mengubah kata-katanya; yang kedua, mereka membuat kalimat sendiri. Hasil memberikan bukti yang jelas bahwa emoticon lidah dan kedipan mata adalah indikator utama dari niat sarkastik, dan bahwa elipsis lebih terkait dengan kritik, daripada dengan sarkasme. Temuan ini menyoroti peran penting yang dimainkan emotikon dalam mengklarifikasi niat pesan, mengimbangi tidak adanya isyarat nonverbal dalam komunikasi tertulis.

Keempat adalah penelitian dari Weeks et. all (2017) berjudul *Incidental Exposure, Selective Exposure, and Political Information Sharing: Integrating Online Exposure Patterns and Expression on Social Media*. Berbagi informasi politik di media sosial menawarkan kesempatan warga negara untuk terlibat dengan berita dan mengekspresikan pandangan politik mereka, tetapi bagaimana perbedaan pola paparan informasi politik online, termasuk paparan insidental dan selektif, memengaruhi berbagi? Menggunakan data survei panel dua-gelombang yang dikumpulkan di Amerika Serikat, peneliti menguji hubungan antara paparan insidental dan selektif dan hubungan konsekuensinya dengan berbagi informasi politik, di

berbagai tingkat kekuatan afiliasi partai politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan insidental terhadap informasi kontra-sikap mendorong partisan yang lebih kuat untuk lebih aktif mencari konten politik yang berpikiran sama, yang kemudian mendorong berbagi informasi politik di media sosial. Hasilnya menyoroti perlunya mempertimbangkan kedua jenis paparan informasi politik ketika memodelkan perilaku politik warga secara online.

Lima, penelitian yang dilakukan Zeng, Zhou & Xu (2015) berjudul *Who creates Trends in Online Social Media: The Crowd or Opinion Leaders?* Kata-kata gaul internet dapat dengan cepat menjadi mana-mana karena meme sosial dan konten online viral. Weibo, layanan seperti Twitter di Cina, menunjukkan bahwa adopsi bahasa gaul Internet populer mengalami dua puncak berbeda dalam evolusi temporal, di mana yang pertama relatif jauh lebih rendah daripada yang terakhir. Sebuah perbandingan mendalam dari difusi puncak-puncak yang berbeda ini menunjukkan bahwa perhatian populer pada tahap awal propagasi menghasilkan cakupan skala besar, sedangkan partisipasi para pemimpin opini pada tahap awal hanya mengarah pada popularitas kecil. Hasil empiris penelitian ini mempertanyakan hipotesis pengaruh konvensional dan memberikan beberapa wawasan untuk praktik pemasaran dan pengaruh maksimalisasi dalam jejaring sosial.

Maka berdasarkan data hasil lima penelitian di atas, jika dikaitkan dengan permasalahan penelitian ini dapat dikupas hal-hal utama sebagai berikut.

Bahwa dari penelitian yang dilakukan Weeks et al (2017) menunjukkan keterlibatan politik *online* dengan memeriksa bagaimana paparan *online* insidental terhadap informasi politik berkaitan dengan berbagi informasi politik di media sosial. Hasil menunjukkan bahwa penelitian ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana para partisan menemukan informasi politik *online* dan di media sosial, yang menggambarkan satu mekanisme potensial

melalui mana partisan terlibat dalam paparan selektif *online*. Untuk partisan yang lebih kuat yang mungkin lebih banyak diinvestasi dalam proses politik, paparan insidental terhadap informasi yang ‘menantang sikap’ mendorong responden mencari konten politik yang berpikiran sama, “Mungkin untuk menegaskan kembali dan memperkuat konsep diri politik mereka,” kata Weeks (2017:379).

Hasil temuan Weeks ini, jika merujuk buku Athique (2013) yang digunakan sebagai acuan teoretis guna memahami sampel-sampel artikel/hasil penelitian di JCMC, kita tidak akan menemukan penjelasannya. Hasil temuan Weeks menunjukkan potensi paradoks dari informasi kontra-sikap seperti itu secara *online*. Guna mendapatkan penjelasan atas hal ini, ada baiknya kita melihat pada teori Disonansi Kognitif dari Leon Festinger.

West & Turner (2008:135-150) mengupas teori Festinger dan menjelaskan bahwa yang dimaksud disonansikognitif adalah suatu perasaan disonan ketika seseorang mendapatkan informasi yang tidak sesuai dengan kepercayaan dan keyakinannya. Menurut Festinger, “Manusia akan mencari situasi yang konsonan,” (West & Tyrner, 2008:137), sehingga terjadilah proses perseptual, yakni: terpaan selektif, perhatian selektif, interpretasi selektif, dan retensi selektif.

Terpaan selektif adalah metode untuk mengurangi disonansi dengan mencari informasi yang konsonan dengan keyakinan dan tindakan yang ada saat ini. *Perhatian selektif* adalah metode untuk mengurangi disonansi dengan memberikan perhatian pada informasi yang konsonan dengan keyakinan dan tindakan yang ada saat ini. *Interpretasi selektif* adalah metode untuk mengurangi disonansi dengan menginterpretasikan informasi yang ambigu sehingga informasi ini menjadi konsisten dengan keyakinan dan tindakan yang ada saat ini. Sedangkan *retensi selektif* adalah metode untuk mengurangi disonansi dengan

hanya mengingat informasi yang konsonan dengan keyakinan dan tindakan yang ada saat ini (West & Turner, 2008:142).

Jika dalam menjawab kasus sampel pertama kita tidak menemukan jawabannya pada buku Athique, selanjutnya mari lihat kasus kedua pada sampel artikel penelitian JCMC, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Thompson & Filik (2016). Peneliti memberi bukti yang jelas bahwa emotikon lidah dan kedipan mata merupakan indikator utama dari niat sarkastik, dan bahwa elipsis lebih terkait dengan kritik, bukan dengan sarkasme. Temuan ini menyoroti peran penting yang dimainkan emotikon dalam mengklarifikasi niat pesan, mengimbangi tidak adanya isyarat nonverbal dalam komunikasi tertulis. Permasalahan timbul ketika niat sarkastik ini begitu mudah ‘dilemparkan’ dalam pertukaran pesan digital. Jika dikaitkan dengan Baudrillard, emotikon dalam berbagai bentuknya itu sudah merupakan simulakra walau masih dalam jejang kedua (*second order of simulation*). Jika mencermati dari Goffman, sikap sarkasme yang tampil massif dalam pertukaran pesan digital menunjukkan bahwa ‘batas panggung’ cenderung ‘menebal’ membuat seseorang bisa menampilkan diri yang total berbeda di ruang siber dibanding kehidupan kesehariannya. Ini sesuai dengan apa yang juga ditulis Athique yang merujuk Walther, 1992, (dalam Athique, 2013:69) ketika menemukan sikap-sikap antisosial warganet.

Untuk sampel artikel ketiga, yaitu penelitian dari Zang et. al. sebaiknya kembali dikutip di sini sebagaimana adanya. “... Faktor intrinsik yang mendorong orang banyak berpartisipasi dalam adopsi kata-kata gaul tidak sepenuhnya dipahami. Sebagai contoh, mereka mungkin terkait dengan kata slang itu sendiri, didorong oleh peristiwa eksogen atau dipengaruhi oleh lingkungan sosial....” (Zang et all, 2016:13). Guna memahami ini, interaksi simbolik Blumer dapat menjelaskannya. Premis pertama Blumer bahwa “*Human act*

toward people or things on the basis of the meanings they assign to those people or things” menunjukkan bahwa manusia bertindak atau bersikap terhadap manusia yang lainnya pada dasarnya dilandasi atas pemaknaan yang mereka kenakan pada pihak lain . Premis kedua, *“Meaning arises out of the social interaction that people have with each other”* menunjukkan bahwa bagi Blumer pemaknaan muncul dari interaksi sosial yang dipertukarkan di antara mereka, bukan muncul atau melekat pada sesuatu objek secara alamiah, dan tidak muncul dengan sendirinya. Karenanya, makna berasal dari hasil proses negosiasi melalui penggunaan bahasa. Premis ketiga menyatakan, *“An individual’s interpretation of symbols is modified by his or her own thought process”* yang menggambarkan bahwa interaksionisme simbolik melihat proses berpikir sebagai perbincangan dengan diri sendiri, bersifat reflektif, yaitu dengan menggunakan bahasa (West & Turner, 2008). Jadi, walau Athique (2013) mengupas Blumer namun detil kita dapatkan lebih jauh dari West & Turner sebagai buku yang memang berfokus kepada teori komunikasi.

Beranjak pada sampel artikel ketiga dari JCMC. Dalam simpulan hasil penelitiannya, Hughes et. all menyatakan, “... mungkin penting untuk mempertimbangkan pementapan sikap juga. Beberapa penelitian menyatakan bahwa sikap sangat rentan terhadap perubahan besar pada tahun-tahun awal dewasa. Karena orang dewasa muda merupakan mayoritas sampel kami, masalah ini relevan dengan penelitian kami. Namun, perlu dicatat bahwa kristalisasi sikap lebih mungkin terjadi pada orang yang lebih tua, sehingga strategi mendiskreditkan dan faktor kontekstual mungkin tidak memanifestasikan diri mereka dengan cara yang sama ... mungkin menguntungkan untuk menyelidiki bagaimana para pendukung masalah sosial lainnya dapat didiskreditkan dalam populasi dengan sikap yang lebih solid.”

(Hughes, 2014:341). Penjelasan atas hal ini bisa kita temui pada apa yang diulas oleh Athique saat ia mengutip Lacan (2013:74), "...Karena itu ketika kami mulai belajar bahasa, kita beralih dari naluri alami menuju kepuasan fisik langsung dan sebaliknya memasuki bidang bahasa dewasa, dan karenanya memasuki dunia sosial, di mana kepuasan menjadi simbol yang lebih besar secara alamiah."

Artikel sampel terakhir JCMC adalah penelitian yang dilakukan oleh Aymerich- Franch et al (2017:230) yang sampai pada simpulan, "...Akhirnya, bagaimana perwakilan perubahan tubuh dalam perwujudan termediasi memodifikasi diri adalah masalah yang sangat relevan untuk komunikasi yang dimediasi komputer. Sejumlah karya penting telah menunjukkan bahwa karakteristik visual dari avatar virtual dengan penampilan manusia mampu memengaruhi sikap dan perilaku. Potensi transformasi pada tingkat kognitif dan perilaku yang dihasilkan dari penjelmaan avatar robot *nonanthropomorphic* adalah masalah penting yang memerlukan pemeriksaan lebih lanjut." Ini sudah menjadi virtual reality sepenuhnya. Dan untuk memahami ini, Baudrillard adalah jawabannya sebagaimana dinyatakan Athique, (2013:94), "...untuk klaim Baudrillard bahwa peristiwa mendasar kita di dunia sedang dilenyapkan oleh intensitas representasi yang sangat nyata. Dalam beberapa tahun terakhir, telah menjadi jelas bahwa hyper-real dan virtual sudah mulai terlihat semakin mirip. Apakah kita setuju dengan klaim Baudrillard yang berlebihan atau tidak, mudah untuk melihat mengapa asumsi kita tentang kenyataan menjadi pertanyaan."

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kembali ke pertanyaan pokok, jawaban yang bisa disimpulkan berdasarkan pembahasan adalah sebagai berikut:

- a. Mengapa individu warganet membagikan atau tidak membagikan informasi secara online, jawabannya ada pada teori Disonansi Kognitif dari Festinger yang – sayangnya – tidak dikupas oleh buku Athique yang sejak awal ditetapkan akan menjadi rujukan utama. Maka, menurut Festinger, hal ini sangat terkait dengan perseptual, yang ia identifikasi atas empat kategori, yaitu: terpaan selektif, perhatian selektif, interpretasi selektif, dan retensi selektif.
- b. Menjawab bagaimana simbol-simbol digunakan warganet dalam berkomunikasi dan bagaimana wujud itu tampil di dunia maya lebih banyak hadir dalam text, emotikon, meme, dan berbagai bentuk simulasi yang bagi Baudrillard semata hanya simulacra.
- c. Menjawab mengapa warganet berperilaku berbeda dalam keseharian hidup mereka, bahkan terkadang tampil agresif dan menyerang, maka teori Dramaturgi Goffman dapat menjawabnya, yakni tentang tampilan panggung depan di dunia maya dan panggung belakang di luar dunia maya itu.
- d. Menjawab bagaimana penjelasan atas dunia avatar dan simulasi yang dialami warganet melalui teknologi komunikasi terkini, bisa kita temukan pada teori Interaksionisme Simbolik Blumer karena begitulah simbol-simbol yang berlaku di

dunia maya. Sementara tentang avatar, maka simulakra Baudrillard adalah jawabannya.

Keseluruhan jawaban permasalahan di atas, jika disimpulkan dalam satu pernyataan, maka dapat dinyatakan bahwa di dunia digital hakikatnya, “Kita adalah apa yang kita tulis”, membuat kajian komunikasi ruang siber hakikatnya adalah kajian atas teks dan teori-teori komunikasi konvensional masih memiliki relevansinya.

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

Athique, A. (2013). *Digital Media and Society*. UK: Polity Press.

Ball, J. (2017). *Post-truth: How Bullshit Conquered the World*. Biteback Publishing.

Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation: The Body, in Theory: Histories of Cultural Materialism* (14 Ed). Michigan: University of Michigan Press.

Biagi, S. (2016). *Media Impact: An Introduction to Massmedia* (9 ed.). Cengage Learning.

Curan, J., Fenton, N., & Freedman, D. (2012). *Misunderstanding the Internet*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Flew, T. (2014). *New Media: An Introduction* (4 ed.). Australia: Oxford University Press

Gates, B. (1999). *The Road a Head*. Pearson ESL.

Lysen, A. (1962). *Individu dan Masyarakat*. Sumur Bandung. (terjemahan).

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: When Change Becomes the Fate of Man*. Toronto: University of Toronto Press.

_____. (1994). *Understanding Media: The Extention of Man*. Cambridge: MIT Press. (Cetak ulang dari edisi asli, 1963).

Messaris, P. & Humphreys, L. (Eds.). (2017). *Digital Media: Transformation in Human Communication*. New York: Peter Lang Inc.

Thurlow, C., Lengel, L. & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. California: Sage Publication Ltd.

Turkle, S. (1996). *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*. New York: Simon and Schuster.

West, R. and Turner, L. H. (2008-terjemahan). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (3 ed). Jakarta: Salemba Humanika.

2. JURNAL

Aymerich- Franch, Laura, and Damien Petit, and Gowrishankar Ganesh, and Abderrahmane Kheddar. (2017, July). *Object Touch by a Humanoid Robot Avatar Induces Haptic Sensation in the Real Hand*. Journal of Computer Mediated Communication. Volume 22 Issue 4. 215-230.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12188>

Harnad, S. (1991). *Post-Gutenberg Galaxy: The Fourth Revolution in the Means of Production of Knowledge*. The Public Access Computer System Review 2 No 1. 39-53. <https://journals.tdl.org/pacsr/index.php/pacsr/article/viewFile/6030/5662>

Hughes, M. G., et. all. (2014, April). *Discrediting in a Message Board Forum: The Effects of Social Support and Attacks on Expertise and Trustworthiness*. Journal

of Computer Mediated Communication. Volume 19, Issue 3. 325-341.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12077>

Thompson, D. and Filik, R. (2016, March). *Sarcasm in Written Communication: Emoticons are Efficient Markers of Intention*. Journal of Computer Mediated Communication. Volume 21, Issue 2. 18-34.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12156>

Weeks, B. E., Lane, D.S., Kim, D.H., Lee, S.S., Kwak, N. (2017, November).

Incidental Exposure, Selective Exposure, and Political Information Sharing: Integrating Online Exposure Patterns and Expression on Social Media. Journal of Computer Mediated Communication. Volume 22 Issue 6. 363-379

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12199>

Zhang, L., Zhao, J.J. & Xu, K. (2016, January). *Who Creates Trends in Online Social Media: The Crowd or Opinion Leaders?* Journal of Computer Mediated Communication. Volume 21, Issue 1. 1-13.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12145>

LAMPIRAN

1. Luaran dan Target Capaian

No	Jenis Luaran		Wajib	Tambahan	Indikator Capaian	
	Kategori	Sub Kategori			TS	TS+1
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal	Internasional			Submitted	Reviewed
		bereputasi				
		Nasional	V		Tidak ada	Published
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding	Internasional			Tidak ada	Tidak ada
		terideks				
		Nasional		V	Tidak ada	Tidak ada
3	Invited speaker dalam temu ilmiah	Internasional			Tidak ada	Tidak ada
		Nasional			Tidak ada	Tidak Ada
4	Visiting Lecturer	International			Tidak ada	Tidak ada
		Paten			Tidak ada	Tidak Ada
5	Hak Kekayaan Intelektual	Paten Sederhana			Tidak ada	Tidak ada
		Hak Cipta		V	Tidak ada	Terdaftar
		Merk Dagang			Tidak ada	Tidak ada
		Rahasia Dagang			Tidak ada	Tidak ada
		Desain Produksi			Tidak ada	Tidak ada
		Indikasi Geografis			Tidak ada	Tidak ada
		Perlindungan			Tidak ada	Tidak ada
Varietas Tanaman						
	Perlindungan			Tidak ada	Tidak ada	
	Topografi Terpadu					
6	Teknologi Tepat Guna				Tidak Ada	Tidak Ada
7	Model Purnarupa/Desain/Karyaseni/ Rekayasa Sosial				Tidak Ada	Tidak Ada
8	Buku Ajar (ISBN)			V	Tidak Ada	Published
9	Tingkat Kesiapterapan Teknologi				TKT 2	TKT 3

2. Rencana Anggaran Biaya

No	Jenis Pengeluaran	Biaya	
		Tahun ke 1	Tahun ke 2
1	Honorarium Tenaga Lapangan dan Admin	60,400,000	24,400,000
2	Bahan Habis Pakai	2,750,000	2,750,000
3	Perjalanan	9,237,000	16,401,000
4	Sewa	7,600,000	6,400,000
	Total per Tahun	79,987,000	49,951,000
	Total Tahun 1 + 2		129,938,000
	Terbilang: Seratus dua puluh sembilan juta sembilan ratus tiga puluh delapan ribu rupiah		

BIODATA KETUA TEAM PENGUSUL

I. IDENTITAS DIRI

1.1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dani Vardiansyah M.Si
1.2	Jabatan Fungsional/Akademik/Gol	Dosen Tetap/Lektor Kepala 550/Gol IVA
1.3	NIDN	0315096301
1.4	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 15 Sept 1963
1.5	Alamat Rumah	Jl. Swadaya No 30, Ciganjur, Jagakarsa, Jakarta Selatan
1.6	Nomor Telepon/Faks	5674223
1.7	Nomor HP	081210191219, 081519191219
1.8	Alamat Kantor	Univ Esa Unggul, Jl Arjuna Utara No. 9, Kebn Jeruk, Jakarta Barat
1.9	Nomor Telepon/Faks	
1.10	Alamat e-mail	dani.vardiansyah@esaunggul.ac.id
1.11	Lulusan yg telah dihasilkan	
1.12	Mata Kuliah yg diampu	1. Filsafat Ilmu Komunikasi
		2. Teori Komunikasi
		3. Metode Penelitian Komunikasi
		4.
		5.
		6.

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

2.1 Program:	S-1	S-2
2.2 Nama PT	Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Universitas Indonesia
2.3 Bidang Ilmu	Komunikasi	Komunikasi
2.4 Tahun Masuk	1983	1991
2.5 Tahun Lulus	1989	1993
2.6 Judul Skripsi/ Tesis/Disertasi	Pengaruh Daya Tarik Iklan Susu di Majalah Ayah Bunda terhadap Minat Beli Pembaca	Pola Penulisan Situs Web Commerce Bisnis ke Indoividu
2.7 Nama Pembimbing/ Promotor	Drs. Poerwanto M.Si	Prof Alwi Dahlan PhD

III PENGALAMAN PENELITIAN (bukan skripsi, tesis, maupun disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1.	2015	INFORMASI REGISTRASI AKADEMIK DAN KEUANGAN UNIVERSITAS XYZ DALAM MEMENUHI KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA KELAS PARALEL SEMESTER GENAP TAHUN AJARAN 2014/15	Universitas Esa Unggul	Rp. 50.000.000
2	2014	INFORMASI REGISTRASI AKADEMIK DAN KEUANGAN UNIVERSITAS XYZ DALAM MEMENUHI KEPUASAN INFORMASI MAHASISWA KELAS PARALEL SEMESTER GENAP TAHUN	Universitas Esa Unggul	Rp. 50.000.000

		AJARAN 2013/14		
3.	2013	Analisis Framing: Ditetapkannya Anas Urbaningrum Selaku Tersangka pada Pemberitaan Jurnal Nasional dan Kompas edisi Februari – Maret 2013	Universitas Esa Unggul	Rp. 50.000.000
3.	2010	Modeling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross-national Survey of Journalist	The University of Germany	10.000 USD

IV. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No.	Tahun	Judul Pengabdian kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (Juta Rp)
1.				
2.				
3.				

V. PENGALAMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH DALAM JURNAL

(tidak termasuk makalah *seminar/proceedings*, artikel di surat kabar)

No.	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor	Jurnal
	2014	Analisis Framing: Ditetapkannya Anas Urbaningrum Selaku Tersangka pada Pemberitaan Jurnal Nasional dan Kompas edisi Februari – Maret 2013	Volume 11 No 1 Maret 2014	Komunikologi
	2011	Efektivitas Pameran Industri Bahari dalam Penyebaran Informasi PT Pelni	Volume 8, No 2, Sept 2011	Komunikologi
	2010	Hubungan antara Perhatian dengan Pemahaman Karyawan PT Telkom terhadap Buletin	Volume 7, No 2, September 2010	Komunikologi

		Patriot		
	2010	Modeling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross-national Survey of Journalist	Spring 87/1	2010. Journalism & Mass Communication Quaterly

VI PENGALAMAN PENULISAN BUKU

No.	Tahun	Judul Buku	Jumlah halaman	Penerbit
1.	2004	Pengantar Ilmu Komunikasi		Ghalia Indonesia
2.	2005	Filsafat Ilmu Komunikasi		Index - Gramedia

VII. PENGALAMAN PEROLEHAN HKI: ada

VIII. PENGALAMAN MERUMUSKAN KEBIJAKAN PUBLIK/ REKAYASA SOSIAL LAINNYA: tidak ada

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Jakarta, 04 Mei 2016

Ketua Peneliti

Drs. Dani Vardiansyah M.Si
NIDN: 0315096301

