

## Refleksi Teori *Genderlect Styles* dalam Penggunaan *Facebook*

**Ferly Tanggu Hana**

Dosen Prodi. Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Nusa Cendana, Kupang

[ferlytha@yahoo.co.id](mailto:ferlytha@yahoo.co.id)

### ABSTRAK

Media sosial kini menjadi sorotan dalam bidang komunikasi karena memudahkan proses berkomunikasi secara *real-time*. Media sosial, termasuk Facebook, dipercaya telah menciptakan pola komunikasi yang berbeda dibandingkan dengan pola komunikasi di dunia nyata, termasuk komunikasi gender. Kajian ini menarik karena dalam komunikasi tatap muka terdapat sejumlah perbedaan gaya komunikasi antara laki-laki dan perempuan, namun dalam media sosial kajian tersebut masih minim. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi gaya komunikasi laki-laki dan perempuan dalam *Facebook*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, sedangkan teknik pengumpulan data melalui FGD dan penelusuran akun. Informan penelitian adalah Pengguna *Facebook* laki-laki dan perempuan dari berbagai usia yang dipilih dengan teknik *sampling purposif*. Temuan utama dalam penelitian ini yakni komunikasi berbasis gender menurut teori *genderlect styles* yang diidentifikasi melalui komunikasi publik vs privat, cara bercerita, mendengar, bertanya dan konflik mengalami perubahan saat menggunakan *Facebook*.

**Kata kunci:** Facebook, komunikasi, laki-laki, perempuan

### ABSTRACT

*Social media has recently grabbed people attention in communication field because it facilitates real time communication. Social media, including Facebook, is believed to have created different communication patterns compared to the real world communication patterns, including gender communication. This is an interested study because in face-to-face communication there are a number of differences in communication styles between male and female whereas there is a lack of the similar study in social media. The purpose of this study was to determine and identify the communication styles of male and female in Facebook. This study used a qualitative approach with a phenomenological method, and data collection techniques through focus group discussions and exploring Facebook account. Informants of this study were Facebook users, male and female, who are selected with purposive sampling technique. The main finding of this study are gender-based communications according to genderlect styles theory that are identified through the public vs. private communication, telling a story, listening, asking question and conflict have been changed when using Facebook.*

**Keywords:** Facebook, Communication, Male, Female

Komunikasi sebagai bentuk interaksi manusia kerap dipraktikkan sesuai dengan karakteristik para pelaku komunikasi itu sendiri baik komunikator maupun komunikan. Karakteristik dalam komunikasi antara lain terlihat pada komunikasi

yang terjadi menurut latar belakang gender yakni laki-laki dan perempuan. Sejumlah teori secara jelas menemukan bahwa gaya komunikasi laki-laki dan perempuan berbeda baik secara verbal maupun nonverbal dalam proses komunikasi

tatap muka. Akan tetapi dengan adanya perkembangan teknologi media, gaya komunikasi keduanya menjadi sesuatu yang menarik untuk dikaji. Peneliti melihat bahwa cara berkomunikasi manusia, termasuk komunikasi berbasis gender, berubah secara signifikan sehingga konsekuensi perubahan tersebut bisa jadi memerlukan pengkajian mendalam agar bisa disikapi secara tepat.

Komunikasi gender memiliki sejarah panjang bila dilihat dari sudut pandang budaya. Peneliti gender seperti Cheri Kramarae secara jelas memandang komunikasi gender sebagai komunikasi yang tidak setara antara laki-laki dan perempuan sebagai dampak konstruksi sosial masa lalu, dimana perempuan dianggap sebagai kelompok yang dimarginalkan dalam kebanyakan kelompok sosial sehingga berakibat pada rendahnya rasa percaya diri perempuan saat berkomunikasi. Sementara itu peneliti yang lain seperti Deborah Tannen berargumen bahwa perbedaan komunikasi gender yang terjadi semata-mata merupakan keunikan komunikasi yang dimiliki baik oleh laki-laki maupun perempuan. Contoh kedua pandangan yang berbeda ini kemudian menjadi perdebatan sosial yang terus berlangsung hingga kini. Belum selesai dengan pandangan kontroversial tersebut, perkembangan teknologi yang drastis pada dunia komunikasi malah menyumbang tanda tanya besar terhadap eksistensi komunikasi berbasis gender. Bukan tanpa alasan, keberadaan sejumlah perangkat teknologi sebagai penghubung komunikasi manusia

saat ini dipercaya telah menghadirkan cara baru dalam berkomunikasi. Rheingold menegaskan, disadari atau tidak, penggunaan perangkat komputer telah mentransformasi cara berkomunikasi (Nasrullah, 2014: 148).

Salah satu perubahan dalam berkomunikasi adalah melalui media sosial *Facebook*. *Facebook* telah menjadi tempat berinteraksi ±70 juta penduduk Indonesia (www.infokomputer.com, 2015), baik laki-laki maupun perempuan. Komunikasi *real time* yang ditawarkan *Facebook* menjadi tantangan dalam bidang komunikasi terkait relevansinya dengan komunikasi di dunia nyata, khususnya komunikasi gender yang kenyataannya berbeda dalam banyak aspek. Oleh karena itu penelitian ini penting untuk dilakukan dalam rangka memberikan wawasan baru yang berhubungan dengan cara berkomunikasi di media sosial.

### **Permasalahan Penelitian**

Penelitian ini beranjak dari fakta bahwa gaya komunikasi antara laki-laki dan perempuan di dunia nyata pada dasarnya berbeda, namun perbedaan tersebut perlu dilihat dari berbagai aspek termasuk dalam kaitannya dengan pemanfaatan media baru dalam hal ini media sosial *Facebook*. Kajian ini perlu dilakukan untuk mengetahui gaya komunikasi gender dalam menggunakan *Facebook*, sekaligus membandingkannya dengan komunikasi gender di dunia nyata.

### **Pertanyaan penelitian**

Bagaimanakah refleksi teori *genderlect styles* dalam penggunaan *Facebook*?

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui refleksi teori *genderlect styles* dalam penggunaan *Facebook*.

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Perbedaan Gaya Komunikasi Gender

Dalam berbagai penelitian, perempuan dan laki-laki memiliki kosakata yang berbeda, salah satu penyebabnya adalah sosialisasi mereka yang berbeda khususnya minat mereka yang berlainan dalam berbagi aspek kehidupan (Mulyana, 2013: 314). Hasil riset menunjukkan bahwa gaya komunikasi perempuan dan laki - laki berbeda, antara lain dalam hal - hal seperti dibawah ini (Liliweri, 2011: 372) :

1. Perbedaan tentang siapa berbicara lebih banyak
  - a. Laki-laki lebih banyak berbicara daripada perempuan dalam situasi kelompok formal
  - b. Laki-laki biasa membiarkan perempuan berbicara lebih banyak jika suasana berubah menjadi informal
  - c. Laki-laki dan perempuan yang memiliki keahlian yang sama jika diberi kesempatan berbicara di depan umum, maka laki - laki cenderung berbicara lebih banyak atau lebih lama daripada perempuan
  - d. Laki - laki berinisiatif dalam interaksi dan menciptakan komunikasi daripada perempuan
2. Pola komunikasi dalam pertemuan formal dan informal
  - a. Dalam pertemuan formal, laki-laki "lebih kuat" menunjukkan status sosial didepan umum daripada perempuan
  - b. Pada umumnya jumlah waktu perempuan untuk bertanya kepada

sesama perempuan lebih banyak daripada laki-laki

- c. Ketika suasana pertemuan dengan audiens sangat informal dan membutuhkan dan membutuhkan kolaborasi maka perempuan lebih luwes berkomunikasi daripada laki-laki
  - d. Perempuan lebih mampu menampilkan percakapan informal yang bertujuan menemukan kesatuan pendapat atau menyelesaikan pembicaraan yang kerap kali tumpang tindih
3. Perbedaan konotasi bahasa
    - a. Pada umumnya bahasa perempuan konotatif, sedangkan bahasa laki-laki denotatif
    - b. Perempuan selalu menjawab atau mengajukan pertanyaan dengan istilah yang lebih santun, lebih sejuk, dan lebih menggugah perasaan orang lain, juga cenderung tidak berkesan memerintah

#### Laki - laki dan perempuan dalam Facebook

Berdasarkan data yang dikutip dari [www.scribd.com](http://www.scribd.com), hingga Oktober 2014 terlihat bahwa perbandingan pengguna *Facebook* laki - laki dan perempuan di Indonesia yakni 60% : 40% dari jumlah  $\pm$  69 juta pengguna. Dari segi komunikasi verbal dalam dunia nyata, sebuah penelitian dari Universitas Maryland, AS menunjukkan bahwa dalam sehari, perempuan mampu berbicara 20.000 kata atau tiga kali lebih banyak dari kaum pria (liputan 6.com).

Sheldon menyatakan bahwa untuk dapat berinteraksi di *Facebook*, pengguna akun harus membuka diri (2013: 88). Dua dimensi dalam membuka diri adalah

dimensi *luas* dan *dalam*. Dimensi *luas* merujuk pada kuantitas keberagaman topik yang dibahas dalam sebuah hubungan, sedangkan dimensi *dalam* merujuk pada derajat keintiman yang menuntun pada topik yang dibahas. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aries dan Johnson (1983), Buhrke dan Fuqua (1987) serta petronio (2002), sebagaimana dikutip oleh Sheldon (2013: 89), menyebutkan bahwa perempuan mendiskusikan topik - topik secara intim dengan teman - temannya lebih sering dan lebih dalam dari yang dilakukan kaum pria. Hasil penelitian tersebut merujuk pada penyingkapan diri saat bertatap muka. Sheldon mengungkapkan bahwa di dunia maya, perempuan menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan *Facebook*. Senada dengan hal tersebut, Haferkamp, Eimler, Papadakis dan Kruck menyampaikan bahwa perempuan lebih banyak menggunakan situs-situs jejaring sosial untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain (Sheldon, 2013: 90). Studi ini juga mengeksplorasi bahwa perempuan dan laki - laki berbeda dalam penyingkapan diri terhadap teman - teman *Facebook* mereka jika dibandingkan dengan teman - teman di dunia nyata.

### **Teori Genderlect Styles**

Teori ini dikemukakan oleh Deborah Tannen, yang mengatakan bahwa kesalahpahaman yang sama terjadi terus menerus antara laki - laki dan perempuan (Griffin 2004: 463). Kesalahpahaman tersebut dikarenakan laki - laki dan perempuan memiliki gaya percakapan yang berbeda, dimana

laki - laki memiliki gaya percakapan pelaporan (*report talk*) yang bertujuan untuk menyampaikan informasi faktual, sedangkan perempuan memiliki gaya yang lebih mengutamakan hubungan / koneksitas (*rapport Talk*) (Griffin 2014: 467; Liliweri 2011: 370). Tannen mengelompokan perbedaan gaya komunikasi tersebut dalam beberapa kategori, yakni:

- a. *Public speaking versus Private speaking* (komunikasi publik vs privat)  
Kategori ini menyatakan bahwa perempuan lebih banyak bicara dalam pembicaraan pribadi sedangkan laki - laki lebih banyak berbicara pada pembicaraan publik.
- b. *Telling a story* (cara bercerita)  
Cerita yang dimaksud adalah yang menggambarkan harapan, kebutuhan dan nilai si pencerita. Laki - laki lebih sering menceritakan hal - hal yang bersifat humor dan menceritakan dirinya, sedangkan perempuan banyak menceritakan tentang orang lain.
- c. *Listening* (cara mendengar)  
Perempuan cenderung menjaga komunikasi nonverbal sebagai penanda keseriusannya mendengar, menunjukkan persetujuan/dukungan, sedangkan laki - laki kerap mengganti topik pembicaraan
- d. *Asking question* (cara bertanya)  
Perempuan bertanya dengan maksud memperoleh informasi secara lengkap, walaupun menyela pembicaraan biasanya terlebih dahulu menyatakan persetujuan. Sedangkan laki-laki hanya mengajukan pertanyaan sifatnya menjebak/sukar dijawab.
- e. *Conflict* (konflik)  
Perempuan menghindari konflik dalam berkomunikasi karena akan

mengancam hubungan, sedangkan laki-laki menginisiasi konflik namun umumnya tidak bertahan lama.

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan dan Metode Penelitian**

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data (Kriyantono, 2012: 56). Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, tetapi menekankan pada persoalan kedalaman atau kualitas data. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode fenomenologi. Orleans (dalam Ardianto, 2014: 67) menjelaskan fenomenologi adalah instrumen untuk memahami lebih jauh hubungan antara kesadaran individu dan kehidupan sosialnya. Fenomenologi juga berupaya mengungkap bagaimana aksi sosial, situasi sosial dan masyarakat sebagai produk kesadaran manusia. Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas (Morissan, 2014: 31).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik - teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Focus group discussion (FGD)  
FGD adalah sebuah metode dimana peneliti memilih orang - orang yang dianggap mewakili sejumlah publik atau populasi yang berbeda

(Kriyantono, 2012: 63). Teknik ini digunakan untuk mengungkapkan pemaknaan dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu (Ardianto 2014: 63).

### **2. Observasi / penelusuran akun**

Selain melakukan FGD, peneliti juga melakukan observasi terhadap akun *Facebook* para informan untuk memperoleh informasi pendukung sekaligus melihat langsung aktivitas dan membandingkannya dengan jawaban yang diperoleh dari hasil diskusi.

### **Teknik Analisis Data**

Data yang telah dikumpulkan melalui FGD dan observasi selanjutnya dianalisis. Moleong (dalam Ardianto, 2014: 217) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Langkah - langkah analisis data dapat diurutkan sebagai berikut (Ardianto, 2014: 216) :

1. Mereduksi data
2. Menyajikan data
3. Mengambil kesimpulan dan verifikasi
4. Menganalisis data
5. Membuat lembar rangkuman

### **Informan**

Informan dalam penelitian ini merupakan pengguna *Facebook* yang berjumlah enam orang, terdiri dari tiga orang laki - laki dan tiga orang perempuan yang dipilih dengan teknik *sampling purposif*. Para informan ini dipilih dengan mengikuti beberapa kriteria yang ditetapkan peneliti sebagai berikut:

1. Memiliki akun *Facebook*.
2. Mengunjungi atau memiliki aktivitas komunikasi di *Facebook* minimal

sekali seminggu selama 3 bulan terakhir. Kriteria ini digunakan untuk menjamin kontinuitas dan kebaruan data serta mempermudah informan mengingat aktivitasnya dalam *Facebook*.

3. Berusia 18 - 34 tahun. Kriteria ini digunakan karena pengguna *Facebook* terbesar berada pada rentang usia ini (www. Scribd.com, 2014)
4. Berjenis kelamin laki - laki dan perempuan.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Kupang, provinsi NTT pada bulan Juni 2015.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Eksistensi Jenis Kelamin dalam *Facebook***

Penelitian ini diawali dengan pertanyaan tentang identitas jenis kelamin para informan di akun *Facebook* mereka. Salah satu temuan pada penelitian ini yakni tidak semua informan mengisi kolom identitas jenis kelamin pada akun *Facebook* mereka secara benar karena merasa tidak terlalu penting dan alasan lainnya karena nama akun mereka sudah menjelaskan jenis kelamin mereka. Pernyataan ini sama dengan pengamatan yang dilakukan Robbins terkait nama dan gender, dimana bayi biasanya diberi nama sesuai dengan gender (Samovar dkk, 2014: 75). Dalam penelitian ini dua informan mengaku mengisi identitas jenis kelamin palsu pada akun *Facebook*nya. Seorang informan laki -laki mencantumkan jenis kelamin dengan benar tanpa

alasan khusus, dikarenakan menu jenis kelamin tersebut tersedia di kolom identitas akun sehingga diisi olehnya. Para informan perempuan mengatakan bahwa data tersebut perlu ditampilkan sebagai pelengkap identitas akun dan memudahkan pertemanan. Jawaban ini berbeda dengan hasil temuan Mazman dan Uzluel (2011, 137) yang mengatakan bahwa dalam menggunakan internet perempuan cenderung menyembunyikan identitas mereka untuk menjaga privasi.

### **Refleksi komunikasi gender dalam *Facebook***

Pada bagian ini beberapa ciri dasar komunikasi laki-laki dan perempuan dalam dunia nyata akan disandingkan dengan fakta komunikasi kedua kelompok ini ketika menggunakan *Facebook*, berikut uraiannya:

1. Komunikasi publik vs komunikasi privat

Seperti dijelaskan sebelumnya, dalam dunia nyata komunikasi laki-laki dan perempuan bisa dibedakan menjadi *public speaking* (komunikasi dalam kelompok formal) dan *private speaking* (komunikasi dalam kelompok informal). Tannen menemukan bahwa perempuan berbicara lebih banyak dari laki - laki dalam percakapan privat / informal (Griffin, 2004: 467). Dalam *Facebook*, yang dipandang sebagai ruang publik baru, situasi tersebut menjadi kabur karena baik laki-laki maupun perempuan bisa berkomunikasi secara bebas dan interaksi yang terjadi juga bisa diakses oleh pengguna lain khususnya yang terhubung dengan si pemilik akun. Para informan mengungkapkan mereka merasakan

perbedaan tersebut. Informan perempuan mengatakan keterbatasan bahasa verbal mereka dalam kelompok formal dunia nyata bisa diungkapkan secara bebas melalui percakapan *Facebook*.

2. Cara bercerita

Tannen memperhatikan bahwa laki-laki lebih banyak bercerita daripada perempuan terutama dalam hal humor. Tannen berargumen cerita humor merupakan cara maskulin untuk menegosiasikan status mereka. Jika tidak menceritakan hal yang lucu, mereka cenderung menceritakan kepahlawanan mereka dalam mengatasi suatu masalah (Griffin, 2004: 467). Sedangkan perempuan sering bercerita tentang orang lain, walaupun menceritakan tentang dirinya biasanya tidak melebih-lebihkan dengan harapan bisa mempertahankan kesamaan level dengan pendengarnya sehingga bisa mempertahankan hubungan (Tannen dalam Griffin, 2004: 468). Hasil temuan pada dunia nyata ini ketika dibandingkan dengan temuan pada percakapan dalam *Facebook* ternyata berbeda. Para informan laki-laki mengungkapkan status dan komentar yang mereka berikan melalui *Facebook* tidaklah disampaikan secara spontan tetapi harus diterjemahkan melalui teks sehingga biasanya tidak mengekspresikan harapan, kebutuhan dan nilai diri mereka secara sempurna. Salah seorang informan menambahkan umumnya statusnya di *Facebook* hanya sebagai tempat transit informasi (berisi rujukan *link* tentang suatu topik), bukan status tentang dirinya sendiri. Terkait cara bercerita, informan perempuan juga

menyampaikan bahwa pembicaraan yang ditonjolkan dalam status *Facebook* adalah tentang diri mereka sendiri, bukan tentang orang lain. Pengalaman para informan ini tentunya menegaskan bahwa cara bercerita laki-laki dan perempuan di media sosial *Facebook* berbeda dengan yang ditemukan di dunia nyata.

3. Cara mendengar

Perbedaan komunikasi nonverbal yang khas antara laki-laki dan perempuan dapat diidentifikasi melalui cara mendengarkan. Dalam tatap muka, komunikasi non verbal perempuan sangat dominan saat mendengar antara lain dengan mempertahankan kontak mata, menganggukan kepala dan menambahkan komponen paralinguistik seperti “ya” & “hmm”, yang semuanya berarti dirinya sedang mendengarkan apa yang sedang dikomunikasikan. Sedangkan laki-laki menganggap bentuk komunikasi perempuan tersebut sebagai kekuatan untuk mengontrol pembicaraan. Akibatnya, laki-laki kerap mengganti topik saat berkomunikasi (Tannen dalam Griffin 2004: 468). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa pola komunikasi ini sama sekali tidak dipraktikkan oleh para informan baik laki-laki maupun perempuan saat berkomunikasi dalam *Facebook* dikarenakan terbatasnya ruang ekspresi nonverbal. Meskipun informan-informan ini menggunakan paralingualistik elektronik yang disediakan dalam *Facebook*, misalnya emoticon, tetapi hal itu dipandang tidak mampu merepresentasikan makna komunikasi yang sebenarnya. Istilah

“mendengar” pun berubah menjadi “membaca teks”, sehingga respon yang muncul dalam komunikasi *Facebook* tidak alamiah. Hal ini mengakibatkan kekhasan komunikasi laki-laki dan perempuan di dunia nyata dalam hal mendengarkan tidak muncul dalam komunikasi melalui *Facebook*.

#### 4. Cara bertanya

Tannen menjabarkan bahwa dalam berkomunikasi (tatap muka), perempuan menggunakan lebih banyak pertanyaan sebagai strategi pemeliharaan percakapan (Mulyana, 2013: 315) dan untuk memperoleh penjelasan (Griffin, 2004: 469). Tannen juga menyatakan bahwa saat perempuan mengungkapkan opininya mereka sering menggunakan kalimat yang berakhir dengan pertanyaan yang mengesankan ketidaktegasan/kurang percaya diri, sedangkan laki-laki hanya mengajukan pertanyaan yang sifatnya menjebak / sukar dijawab (Tannen dalam Griffin, 2004: 469). Dalam prakteknya para informan menjelaskan bahwa opini yang disampaikan melalui status ataupun komentar di *Facebook* umumnya berupa pernyataan, bukan pertanyaan. Informan laki-laki sepakat bahwa komunikasi tekstual yang melekat pada *Facebook* membuat mereka menggunakan pertanyaan untuk maksud yang sama dengan informan perempuan dalam dunia nyata, yaitu bertanya untuk memperjelas sebuah informasi. Temuan ini semakin mempertegas munculnya homogenitas komunikasi laki-laki dan perempuan sebagai pengguna *Facebook*.

#### 5. Konflik

Perbedaan yang lain dalam komunikasi laki-laki dan perempuan, yang juga diuraikan oleh Tannen, adalah perempuan cenderung menata pembicaraan secara kooperatif sedangkan laki-laki menatanya secara kompetitif (dalam Mulyana 2013: 315). Tannen menjelaskan pembicaraan hubungan (*rapport talk*) yang identik dengan perempuan, berpusat pada perasaan atau memelihara hubungan dengan orang lain, sedangkan pembicaraan laporan (*report talk*) yang merupakan gaya komunikasi laki-laki berpusat pada informasi faktual tentang apa yang sedang berlangsung (dalam Mulyana, 2013: 316). Usaha memelihara hubungan melalui komunikasi di *Facebook* di maknai oleh laki-laki dan perempuan secara berbeda. Informan perempuan menceritakan upaya menjaga hubungan dengan pengguna *Facebook* lainnya dilakukan dengan senantiasa membalas komentar yang disampaikan oleh sesama pengguna *Facebook* berupa memberi dan membalas komentar atau sekadar memberikan tanda suka pada komentar yang disampaikan pengguna lain. Sedangkan informan laki-laki merasa komentar balik hanya perlu disampaikan jika diperlukan, sehingga mereka tidak harus selalu mengomentari semua topik pembicaraan di *Facebook*. Dalam penelusuran akun *Facebook* para informan, peneliti juga menemukan fakta serupa, yakni informan perempuan lebih sering membalas komentar atau memberikan tanda suka dibandingkan informan laki-laki.

Masih terkait konflik dalam komunikasi, Tannen menyatakan

bahwa laki-laki lebih sering menginisiasi konflik (Griffin, 2004: 469). Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian ini, para informan baik laki-laki maupun perempuan menceritakan pernah terlibat / menginisiasi konflik misalnya saat berargumentasi tentang isu politik di *Facebook*. Artinya, konflik dalam komunikasi gender di *Facebook* tidak selalu diinisiasi oleh laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tekstual dalam *Facebook* memungkinkan perempuan menginisiasi / terlibat dalam konflik.

Berdasarkan dua temuan tentang konflik dalam komunikasi berbasis gender ini, dapat disimpulkan bahwa konflik dalam komunikasi laki-laki dan perempuan via *Facebook* juga telah mengalami perubahan jika dibandingkan dengan konflik dalam komunikasi tatap muka.

## PENUTUP

Sesuai dengan hasil yang diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan teori *genderlect styles* pada penggunaan *Facebook* terungkap bahwa ciri khas komunikasi berbasis gender dalam dunia nyata yang diidentifikasi melalui komunikasi publik vs privat, cara bercerita, mendengar, bertanya dan konflik telah mengalami perubahan saat menggunakan *Facebook*. Dalam hal ini, komunikasi laki - laki dan perempuan melalui *Facebook* berbeda dari konsep teori *genderlect styles* dikarenakan keterbatasan *Facebook* sebagai media komunikasi yang tidak mampu merepresentasikan komunikasi tatap muka secara utuh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Griffin, E. (2004). *A First Look at Communication Theory*. (5<sup>th</sup> ed.). Singapore: The McGraw-Hill Companies.
- <http://www.infokomputer.com/2015/04/berita/berita-reguler/pengguna-facebook-di-indonesia-jadi-trendsetter-di-asia-pasifik/> (diakses pada 10 Juni 2015).
- <http://www.scribd.com/doc/242797672/Data-Statistik-Pengguna-Facebook-Di-Indonesia-2014> (diakses pada 10 Juni 2015).
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mazman, S. G., & Usluel Y.K. (2011). *Gender Differences in Using Social Networks*. The Turkish Online Journal of Educational Technology - April 2011, volume 10 Issue2, 133-139. <http://www.tojet.net/articles/v10i2/10214.pdf> (diakses pada 10 Juni 2015).
- Morrison. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Ramaja Rosdakarya.
- m.liputan6.com/health/read/517933/wanita-bicara-20-ribu-kata-per-hari-pria-hanya-7000-kata (diakses pada 25 Juni 2015).

- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2014). *Komunikasi Lintas Budaya: Communication Between Cultures*. Edisi 7. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sheldon, P. (2013). *Examining Gender Differences in Self-disclosure on Facebook Versus Face-to-Face*. *The Journal of Social Media in Society* 2(1), Spring 2013, 88-105. <http://www.thejsms.org/index.php/TSMRI/article/> (diakses pada 10 Juni 2015)