

STUDI ETNOMEDIA PADA MEDIA SOSIAL DAN BUDAYA LOKAL

Bianca Virgiana

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Baturaja

Jl. Ki Ratu Penghulu No.2301 Karang Sari Baturaja OKU, Sumatera Selatan.

E-mail: virgiana.bianca@gmail.com

Abstrak

Kehadiran media sosial di kalangan remaja, membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Terjadi pergeseran budaya di kalangan remaja, para remaja tidak segan-segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Salah satu kebudayaan asli Suku Lampung yang berada di wilayah Lampung barat yang masih memiliki nilai-nilai budi pekerti yang dibentuk dengan menjunjung kehidupan yang harmonis dan silaturahmi yang kuat dan solid ketika berinteraksi dalam masyarakat adalah Suku Lampung Buay Pernong. Oleh karenanya menarik untuk melihat bagaimana interaksi budaya pada pembentukan identitas pengguna facebook Remaja Suku Lampung Buay Pernong khususnya Desa Pekon Balak Kecamatan Batu Brak Kabupaten Lampung Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara kontekstual mengenai proses-proses interaksi budaya dalam membentuk identitas pengguna media sosial khususnya facebook pada remaja Suku Lampung Buay Pernong khususnya Desa Pekon Balak Kecamatan Batu Brak kabupaten lampung barat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Identitas Sosial. Metode dalam penelitian ini yaitu Etnomedia dengan pendekatan kualitatif, serta dengan menekankan wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data penelitian. Hasil penelitian ini yaitu identitas remaja Suku Lampung cenderung pada terbentuknya eksistensi diri, dimana yang akhirnya terpusat pada individu itu sendiri dengan mengabaikan peran group facebook tersebut sebagai sarana interaksi budaya.

Kata Kunci: Media Sosial, Budaya Lokal, Pembentukan Identitas.

Abstract

The presence of social media around teenagers makes someone's privacy merge into public area. The culture shift came around the teenagers, and there were no hesitations on their mind to share their personal activities to their friend by uploading on social media in order to create their identities. One of the authentic culture of Lampung tribe that still had natural ability that was built by upholding the harmony of life and great hospitality when interacted among the society was Buay Pernong tribe. So, it was interesting to know how culture interaction created the identity of facebook user at Lampung Buay Pernong tribe, especially Pekon Balak village, Batu Barak district, West Lampung regency. The aim of this thesis was giving contextual describe about the processes of culture interactions on creating the identity of the social media users especially facebook towards the teenagers in Lampung Buay Pernong tribe especially Pekon Balak village, Batu Barak district, West Lampung regency. The theory used in this study was social identity theory. This qualitative study used the ethnomedia as the method, and also deep interview as the technique in collecting the data. The result of this study was the self identity of the teenagers in Lampung tribe tent to the form of self-existence, and finally it depends on the by ignoring the role of facebook as the medium for culture interaction.

Key word: Social Media, Local Culture, forming an identity

PENDAHULUAN

Komunikasi yang dilakukan antar manusia akan semakin berkembang, mereka akan selalu menemukan cara baru untuk proses komunikasi mereka, karena Indonesia itu telah diberkahi akan kekayaan berkomunikasi. Indonesia telah diberkahi, tak hanya oleh kemasyarakatan dan kebudayaan, tapi juga oleh sejarah panjang perkembangan gagasan yang cemerlang (Heryanto, 2015:3), oleh karena itu masyarakat Indonesia selalu menemukan cara baru untuk proses komunikasi yang dapat menimbulkan gagasan-gagasan yang baru. Gagasan-gagasan yang baru itu bisa berupa proses komunikasi yang mereka anggap nyaman, baik dan bersifat baru, semua ini tidak lepas dari perkembangan teknologi dan media sosial.

Keterlibatan budaya media sosial yang sangat tinggi dalam kehidupan masyarakat seperti yang dipaparkan diatas, ternyata membawa dampak yang begitu besar dalam kehidupan. Melihat pengertian dari budaya sendiri Triandis (1994: 4) memandang budaya sebagai:

A set of human-made objective and subjective elements that in the past have increased the probability of survival and resulted in satisfaction for the participants in an ecological niche, and thus became shared among those who could communicate with each other because they had a common language and the lived in the same time and place.

Kata “*human made*” dari definisi yang diberikan oleh Triandis di atas, membuat suatu pemahaman bahwa budaya tidak saja terkait dengan hal-hal yang bersifat biologis dari kehidupan manusia, melainkan juga memberikan keterangan dari perilaku yang merupakan suatu pembawaan dari lahir dan tidak harus dipelajari, seperti makan, tidur, menangis, cara berbicara, dan rasa takut. Dari definisi Triandis ini juga mempunyai perhatian yang penting dari peran bahasa sebagai sebuah sistem simbol yang memperkenankan budaya untuk ditransmisi dan dibagi diantara para pelaku interaksi budaya. Komunikasi merupakan suatu proses budaya, artinya komunikasi yang ditunjukkan pada orang atau kelompok lain adalah sebuah pertukaran kebudayaan. Dalam proses tersebut terkandung unsur-unsur salah satunya yaitu bahasa. Sedangkan bahasa adalah alat komunikasi dengan demikian komunikasi juga disebut dengan proses budaya.

Tanpa kita sadari, budaya lisan dan budaya tradisional yang dimiliki oleh masyarakat kita telah tergantikan dengan budaya media. Melalui fitur-fitur, gambar telah berhasil memindahkan realitas semu dalam sebuah realitas baru melalui tulisan, gambar maupun tayangan audio visual yang sering kali membius masyarakat. Fenomena ini lah yang terjadi dalam kehidupan masyarakat kita pada saat ini. Cara pandang masyarakat pada dunia saat ini, serta ideologi-ideologi yang dihidupi oleh masyarakat kita bukan lagi berdasarkan budaya yang mereka anut, tetapi sudah tergantikan dengan oleh budaya media. Mereka seakan-akan terlena oleh realitas budaya media dan lupa dengan realitas hidup budaya yang sesungguhnya. Jika kondisi ini terus dibiarkan, maka akan membawa petaka dalam kehidupan masyarakat kita.

Ketidaktahuan dan ketidakmampuan masyarakat untuk memilih dan memilah pesan atau informasi dari media sosial (*facebook*) yang boleh dikonsumsi dan mana yang tidak, akan menjerumuskan masyarakat dalam kondisi yang tidak sehat. Masyarakat akan hidup dalam realitas semu dengan konsep diri yang tidak tepat. Budaya yang mereka miliki perlahan-lahan akan punah dan tergantikan dengan budaya media yang belum tentu sesuai dengan kehidupan dan budaya masyarakat yang selama ini dianut.

Remaja Suku Lampung Buay Pernong khususnya Kecamatan Batu Brak Desa Pekon Balak merupakan wilayah yang termasuk dalam kabupaten Lampung Barat Provinsi Lampung yang kental sekali dengan adat kerajaannya. Nilai-nilai budi pekerti yang dibentuk dengan menjunjung kehidupan yang harmonis dan silaturahmi yang kuat dan solid dalam budaya tersebut wajib dipatuhi oleh seluruh masyarakat yang dibawah kepemimpinan Raja atau Sultan Skala Brak. Dibuktikannya dengan adanya lamban Gedung Dalom (Rumah Adat) merupakan tempat berkumpulnya para raja-raja dan masyarakat suku Liwa dalam berbagai kegiatan adat.

Identitas, merupakan sebuah hal yang penting di dalam suatu masyarakat yang memiliki banyak anggota. Identitas membuat suatu gambaran mengenai seseorang, melalui; Penampilan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan, penilaian diri, dan faktor persepsi yang lain, yang semuanya digunakan dalam mengkonstruksi identitas budaya. Identitas menurut Klap (Berger, 2010: 125) meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri statusnya, nama, kepribadian, dan masa lalunya.

Dalam kajian analisis media, terdapat beberapa cara yang dapat digunakan untuk menganalisis khalayak media yang berkaitan dengan pembentukan identitas media sosial. terdapat beberapa teori yang dapat menjelaskan masalah identitas. Salah satunya adalah dengan menggunakan teori identitas sosial dan konsep tentang interaksi simbolik. Teori Identitas Sosial (*Social Identity Theory* atau SIT). Teori ini fokus pada formasi sosial sebagai produk dari kategori sosial (Hogg, 1993; Hogg dan Abrams, 1998; Turner, 1991) dalam L Hecht et.al. (2005:257). Kategori sosial, seperti; etnik, gender, dan afiliasi sosial adalah bagian dari struktur sosial. Individu-individu terlibat dalam berbagai kategori sosial dan membentuk identitas-identitas berdasarkan keanggotaan dalam kategori sosial. Melalui proses tersebut masyarakat diinternalisasikan oleh individu-individu dalam bentuk identitas sosial sebagai dasar dari kategori sosial. Identitas sosial akan menghubungkan individu kepada masyarakat melalui keanggotaan kelompok yang mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku individu dalam hubungannya dengan anggota kelompok sosial lain. *Social Identity Theory* menekankan aspek sosial dari pada aspek individual, sedangkan teori identitas menekankan aspek individual dalam hubungannya antara individu dan masyarakat.

Hecht et.al. (1993); L Hecht et.al. (2005:262) menyebut dua cara bagaimana komunikasi diinternalisasikan sebagai identitas. Pertama, makna-makna simbolik dari fenomena sosial dibentuk dan dipertukarkan melalui interaksi sosial. Identitas dibentuk ketika makna-makna simbolik yang relevan dipekerjakan dan diorganisasikan dalam sebuah individu dalam berbagai variasi situasi melalui interaksi sosial (diadopsi dari teori identitas). Interaksi sosial diinternalisasikan sebagai identitas ketika seseorang membentuk makna simbolik dan mengasosiasikan makna tersebut dengan dirinya. Kedua, ketika seseorang menempatkan dirinya pada kategori sosial yang dapat dikenal, mereka mengkonfirmasi melalui interaksi sosial (relevan atau tidak). Jadi identitas dibentuk dan dirubah melalui kategorisasi dalam interaksi sosial. Identitas merupakan manifestasi dari interaksi sosial melalui harapan-harapan dan motivasi-motivasi. Identitas yang spesifik akan membawa harapan yang spesifik, dan harapan tersebut akan mempengaruhi komunikasi.

Kehadiran media sosial di kalangan remaja, membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Terjadi pergeseran budaya di kalangan remaja, para remaja tidak segan-segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Hal ini dapat dilihat dari etnografi media yang merupakan sebuah kajian etnografi yang menjadikan media massa sebagai lokus dan subyek penelitiannya serta produk media, seperti teks dalam pers (media cetak) dan audio serta visual/ gambar (dalam televisi) sebagai obyek kajian. Oleh karenanya penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana media sosial digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri.

Media massa adalah sebuah kekuatan besar yang dapat membentuk alam pikiran dan kultur masyarakat. media massa adalah arena terbuka, panggung atau *public sphere* (istilah Habermas, 1989) bagi ekspresi dan artikulasi kultural dari berbagai etnis yang ada dalam masyarakat. Media adalah cermin dari masyarakat tempat dia berada. Oleh karena itu, apabila disuatu negeri, misalnya Indonesia, ada banyak etnik yang tumbuh dan saling berinteraksi, maka semestinya media massa mencerminkan bagaimana realitas ekspresi dan artikulasi serta perilaku hubungan antar etnis tersebut. (Abar. 2000. Studi kearah etno-media. Jurnal FISIP Universitas Gajahmada. Volume 4, Nomor 2, 135-150)

Ada sejumlah argumen pokok mengapa media massa amat perlu dan mendesak, tidak hanya sebagai bahan (artefak budaya) untuk sumber kajian etnografi, tetapi juga sebagai obyek atau subyek kajian etnografi atau antropologi yaitu:

1. Media massa kini menjadi sumber dominan untuk memperoleh citra realitas sosial serta interpretasinya dan penilaiannya.

2. Media itu menjadi wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian bentuk seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian tatacara, mode, gaya hidup dan norma-norma.
3. Media sebagai sebuah institusi sosial memiliki peraturan dan norma-norma sendiri yang menghubungkan dirinya dengan institusi lainnya atau dengan masyarakat.
4. Media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
5. Media merupakan lokasi atau forum yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan masyarakat, termasuk aspirasi dan ekspresi masyarakat.
6. Sebagai suatu organisasi yang kompleks, dengan pembagian kerja dan jenis kualifikasi profesional yang beragam.
7. Media sekarang ini menjadi industri penting, yang berubah dan berkembang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, menghidupkan industri lain (melalui promosi).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivisme adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam studi komunikasi paradigma ini sering sekali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna.

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh pemahaman mengenai konstruksi identitas pada interaksi budaya pengguna group *facebook*, oleh karena itu penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma ini secara tidak langsung berfokus pada sebuah *scope* khusus, dalam artian hanya melihat bagaimana bahasa dan simbol diproduksi dan direproduksi dihasilkan lewat berbagai hubungan yang terbatas antara sumber dan narasumber yang menyertai proses hubungan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitative method*) mengharuskan para peneliti menganalisis topik kajiannya melalui alat bantu pemahaman seperti cerita, mitos, dan tema. Alat-alat ini membantu para peneliti untuk memahami bagaimana orang memaknai pengalamannya, karena metode kualitatif tidak tergantung pada analisis statistik untuk mendukung sebuah intepretasi tetapi lebih mengarahkan para peneliti untuk membuat sebuah

pernyataan retorik atau argument yang masuk akal mengenai temuannya (West & Turner, 2008: 77).

Pendekatan kualitatif dengan metode etno-media dianggap tepat untuk digunakan dalam penelitian, karena penelitian ini mengkaji realitas komunikasi atau informasi di media massa, dan bukan sebagai sesuatu yang terpisah dengan *performance*, politik media, ideologi, dan kultur media massa secara keseluruhan. Pendekatan yang dipilih memang sesuai dengan masalah penelitian dan memang merupakan pendekatan terbaik untuk menjawab permasalahan yang ada. Dengan menggunakan metode etno-media informasi dapat digali sebanyak mungkin dari suatu fenomena dengan lebih mendalam dan terperinci.

Terkait dengan pemilihan informan, penelitian ini memilih informan yaitu remaja Suku Buay Pernong yang tinggal di wilayah Kepaksian Buay Pernong Desa Pekon Balak Kecamatan Batu Brak Lampung Barat. Suku Buay Pernong disini dimaksudkan seseorang (Laki-laki atau Perempuan) yang lahir dan besar di wilayah Kepaksian Buay Pernong Desa Pekon Balak Kecamatan Batu Brak Lampung Barat, mempunyai garis keturunan suku pribumi (Buay Pernong) asli, dalam arti berasal dari ayah dan ibu kandung yang juga berasal dari Suku Buay Pernong, serta memiliki *facebook* dan bergabung di Group Kepaksian Buay Pernong.

HASIL PENELITIAN

Pada awalnya sejak kecil remaja suku Lampung telah ditanamkan nilai budaya yang sampai sekarang mereka anut dan percayai melalui lingkup keluarga dan lingkungan. Ketika kegiatan-kegiatan yang bernuansa adat dilakukan, para remaja ikut serta dalam setiap prosesnya. Namun Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern dan teknologi semakin berkembang, orang-orang melakukan interaksi tidak hanya interaksi langsung atau tatap muka melainkan dapat melalui media sosial salah satunya yaitu *facebook* yang sekarang banyak digunakan untuk berinteraksi terhadap orang yang lain.

Pada media sosial *facebook* terdapat aplikasi fitur di dalamnya, salah satunya yaitu group. Group *facebook* ini memiliki tujuan sebagai wadah komunitas, dimana setiap anggota yang tergabung di dalam group memiliki ketertarikan terhadap topik yang ada di dalam group. Seperti Group *facebook* Kepaksian Buay Pernong, dimana group ini merupakan wadah untuk para masyarakat Pekon Balak untuk berbagi informasi mengenai aktivitas yang di dalamnya lebih membahas mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Buay Pernong di Desa Pekon Balak Kecamatan Batu Brak. Sebagian besar anggotanya merupakan masyarakat keturunan Suku Lampung Kepaksian Buay Pernong.

Berdasarkan deskripsi secara menyeluruh dari setiap informan mengenai proses pembentukan identitas melalui interaksi budaya pada pengguna *facebook* remaja Suku

Lampung Buay Pernong Desa Pekon Balak Kecamatan Batu Brak, memperlihatkan bagaimana konsep *Personality Orientation* sangat dipertimbangkan di dalam individu. Dimana hal tersebut terlihat bagaimana individu memiliki sebuah konsep pada dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasi dirinya sendiri. Menurut mereka dengan bergabungnya di group *facebook* Kepaksian Buay Pernong, setiap informan terorientasi secara personal untuk berkomunikasi dengan orang lain, berbagi informasi mengenai aktivitas keseharian mereka termasuk juga kegiatan-kegiatan adat serta berdiskusi mengenai kegiatan tersebut.

Disini terlihat bahwa setiap individu selalu berusaha untuk merawat atau meninggikan *self-esteem* nya, dimana mereka berusaha untuk membentuk konsep diri yang positif. Selain dari memunculkan identitas aslinya, para informan juga akan dianggap keren dan gaul ketika mereka bergabung dan aktif berinteraksi di group *facebook*. Seperti eksis dalam memposting seluruh kegiatan mereka sehari-hari. Semakin mereka aktif maka semakin banyak pengguna group lainnya yang mengenal mereka.

Selain orientasi personal, konsep kedua dari teori identitas sosial yaitu *Individual Values*. Konsep ini merupakan bagian dari konsep yang memiliki kecenderungan seseorang individu dalam menyusun lingkungan sosialnya dalam membentuk kelompok atau kategori yang bermakna bagi individu. Setiap informan berusaha untuk mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika melakukan komunikasi. Para informan berinteraksi menggunakan bahasa khas Lampung, mereka juga sering menyelipkan kata-kata gurauan seperti “*lalawa*” dan ditegaskan dengan berbagai *emoticon* yang sesuai dengan konteks pesan. Mereka membangun pesan pada kolom komentar dengan menuliskan kalimat-kalimat yang bersifat positif. Dari hasil penelitian ini terlihat jelas bahwa posisi seseorang dalam lingkungan, dapat didefinisikan sesuai dengan “*categorization*” yang ditawarkan. Sebagai hasilnya, kelompok sosial memberikan sebuah *identification* pada anggota kelompok mereka, dalam sebuah lingkungan sosial dan pada akhirnya akan membentuk individu yang cenderung memiliki karakteristik *ethnocentrism* pada kelompoknya.

Kemudian konsep yang terakhir adalah *Self Constructual*. Dimana setiap individu mengungkapkan ekspresinya dengan berbagai cara, sehingga dari ungkapan ekspresi tersebut individu dapat terlihat terbuka ketika berinteraksi di group *facebook*. Ekspresi sosial di dunia nyata ditunjukkan secara non-verbal seperti, suara yang lincah, tersenyum, senyuman yang terbuka atau tertutup dan ekspresi wajah yang ditunjukkan. Sedangkan ekspresi sosial di dunia maya ditunjukkan dengan bagaimana seseorang menampilkan hubungan yang interaktif antara anggota group *facebook* Kepaksian Buay Pernong. Ekspresi sosial di group *facebook* Kepaksian Buay Pernong terlihat pada jumlah dan tema postingan di dinding (*wall-post*)

seperti memposting *quotes*, tips-tips yang mana diluar dari konteks nuansa budaya, jumlah gambar yang diposting, dan simbol *emoticon* yang digunakan.

Pada akhirnya identitas remaja Suku Lampung cenderung pada terbentuknya eksistensi diri, dimana yang akhirnya terpusat pada individu itu sendiri dengan mengabaikan peran group *facebook* tersebut sebagai sarana interaksi budaya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap perolehan data penelitian dan merujuk pada pertanyaan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut: Berdasarkan pada orientasi personal, para remaja menggunakan group *facebook* Kepaksian Buay Pernong dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi, bersilaturahmi, berbagi informasi dengan teman-teman dan saudara yang telah merantau maupun menetap di Desa Pekon Balak. Sehingga mereka memutuskan untuk bergabung di group *facebook* tersebut.

Nilai individu yang ditampilkan dalam group *facebook* Kepaksian Buay Pernong, para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di group *facebook* tersebut. Remaja suka menampilkan identitas mereka yang *Smart* dengan memposting gambar mengenai kegiatan-kegiatan adat yang telah dilakukan di Kepaksian Buay Pernong disertai dengan bahasa khas lampung, terlihat bahagia, dan suka menampilkan *quotes* atau memberikan komentar-komentar yang sifatnya positif di group *facebook* tersebut.

Para remaja cukup terbuka di group *facebook* Kepaksian Buay Pernong dalam menunjukkan identitas mereka. Hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan mengupload kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun komentar) dan memberikan ekspresi secara non-verbal melalui *emoticon* yang telah disediakan pada group *facebook* tersebut.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang telah diuraikan penulis, maka penulis mengemukakan beberapa saran yaitu secara akademis, penelitian ini berusaha mendorong dalam memberikan sumbangsih pemikiran, gagasan ilmiah dan memperkaya pemahaman suatu ilmu pengetahuan dari peneliti sebelumnya khususnya terkait permasalahan mengenai interaksi budaya pada pembentukan identitas remaja suku Lampung Buay Pernong Desa Pekon Balak Kecamatan Batu Brak di group media sosial *facebook*. Terbentuknya identitas tidak terlepas dari adanya interaksi antar orang-orang yang tergabung pada group *facebook*. Dalam penelitian ini menggunakan metode etnomedia yang merupakan sebuah kajian etnografi modern yang menjadikan media sebagai lokus dan subyek penelitiannya serta produk media, seperti teks dalam pers (media cetak) dan audio serta visual atau gambar (dalam televisi) sebagai obyek kajian. Media massa adalah sebuah kekuatan besar yang dapat membentuk alam pikiran dan kultur masyarakat.

Pendekatan dalam penelitian ini yang menyandarkan pada suatu studi yang memiliki keterbatasan, dimana peneliti dirasa kurang menyentuh masyarakat secara langsung ketika terkait dengan permasalahan identitas dalam interaksi budaya pada etnis secara lebih mendalam, sehingga penulis menyarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan lain sehingga dapat lebih mendalam mempelajari pola dan hubungan komunikasi.

Secara praktis, Dalam penelitian ini, selain ditemukannya interaksi budaya antara anggota group *facebook* Kepaksian Buay Pernong terdapat juga interaksi yang bersifat umum dan cenderung menonjolkan aktivitas pribadi yang mengarah pada eksistensi diri individu pengguna group *facebook* tersebut, sehingga mengalami pergeseran peran group *facebook* tersebut sebagai sarana interaksi budaya khususnya masyarakat Suku Lampung Buay Pernong. Peneliti menyarankan agar pengguna group lebih fokus pada interaksi budaya antar anggota dan mengurangi intensitas pembahasan diluar konteks unsur budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abar, Akhmad Zaini. 2000. *Studi kearah etno-media*. Jurnal FISIP Universitas Gajahmada. Volume 4, Nomor 2, 135-150) diakses pada tanggal 2 november 2016.
- Darmastuti, Rini. 2013. *Mindfullnes Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Litera.
- Fisher, B. Aubrey. 1978. *Teori-teori Komunikasi*. Terjemahan Soejono Trimo. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Heryanto, Ariel. 2015. *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Heach, Michael L, Warren Eura Jung, Jennifer R, Kreiger, Janice L 2005, *The Communication Theory of Identity*, in; *Theorizing about Intercultural Communication*, edotir; William B. Gudykunst, New Delhi, Sage Publication.
- Jacobson, Beth. *The Social Psychology of the Creation of a Sports Fan Identity: A Theoretical Review of The Literature. Athletic Insight*, Volume 5, Issue 2. Diakses pada September, 3, 2017).
- Little John, Stephen W. 2008. *Theories of Human Commnucation*. 9th Edition. Wadworth: Albuquerque, New Mexico.
- Martin, Judith N, Nakayama, Thomas K, 2004, *Intercultural Communication in Context*, Mc Graw Hill, Bostron.
- Turnomo Rahardjo, Mario Antonius Birowo, Rini Darmastuti. 2012. *Literasi Media & Kearifan Lokal: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Suka Buku.
- West, R. & Turner, H. L. 2004. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, (2nd ed.). Boston: McGrall-Hill.