



**PENGALAMAN PEKERJA PEMANDU KARAOKE DALAM MENGUPDATE  
STATUS DI FACEBOOK SEBAGAI HUBUNGAN ANTARPRIBADI DAN  
KOMUNIKASI PRIBADI DENGAN PELANGGAN**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Strata S1  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Kiki Amelia Sari**

**NIM : 14030111120026**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2016**

## ABSTRAK

### **Pengalaman Pekerja Pemandu Karaoke dalam Mengupdate Status di Facebook sebagai Hubungan Antarpribadi dan Komunikasi Pribadi dengan Pelanggan**

---

Kehadiran teknologi informasi yang pesat dan sifatnya praktis dapat memungkinkan adanya perubahan perilaku atau gaya hidup. Salah satunya perkembangan teknologi informasi tersebut dengan lahirnya jejaring sosial yaitu facebook. Pemandu karaoke juga aktif menggunakan facebook untuk mengupdate status dan berkomunikasi dengan pelanggan. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan “Pengalaman Pekerja Pemandu Karaoke dalam Mengupdate status di Facebook dan Cara Berkomunikasi Lebih Pribadi dengan Pelanggan.” Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan teknik analisa data yang mengacu pada pendekatan fenomenologi. Subjek penelitian terdiri dari tiga informan pekerja sebagai pemandu karaoke. Teori yang digunakan adalah Teori *Computer Mediated Communication* (CMC) (Thurlow, Crispin, 2000) dan Teori *New Media* (LittleJohn dan Karen A. Foss, 2011)

Hasil dari penelitian ini bahwa jenis pekerjaan yang digeluti oleh para informan ialah menjadi pemandu karaoke yang masih aktif menggunakan facebook. Aktivitas yang dilakukan para informan dalam menggunakan facebook untuk mengupdate status dan mendapatkan komentar dari pelanggan. Para informan membuat status di facebook hanya untuk mengisi waktu luang sambil menunggu pelanggan datang. Sebagai salah satu aktualisasi diri para informan juga mengunggah foto di facebook sebagai jati diri mereka yang cantik untuk menarik perhatian pelanggan. Pelanggan melakukan komunikasi pribadi lebih personal dengan para informan melalui media yang lain seperti melalui handphone dengan cara SMS atau Telepon. Pelanggan jarang menggunakan facebook karena tidak leluasa untuk mengobrol di facebook. Pelanggan juga bebas untuk menghubungi para informan melalui sms atau telepon untuk mengajaknya bertemu, menanyakan kabar, bahkan kalau pelanggan yang sudah dekat untuk minta ditemani makan bersama. Hal yang menarik pun, antara pelanggan dan para informan ini ada yang menjalin kasih atau berpacaran walaupun mereka tidak lama berpacarannya.

Penelitian menyimpulkan bahwa para informan menggunakan facebook untuk mengupdate status dan mencari teman baru atau pelanggan baru. Para informan dalam berkomunikasi dengan pelanggan tidak hanya melalui facebook tetapi juga menggunakan media lain yaitu melalui sms atau telepon karena menurut para informan jika melalui facebook pelanggan tidak leluasa untuk mengobrol secara pribadi dengan para informan.

*Kata kunci: Jejaring Sosial, Facebook, Pemandu Karaoke, Pelanggan*

## ABSTRACT

### **Workers experience guides Karaoke in Updating Status in Facebook as Interpersonal Relations and Personal Communication with Customers**

---

The presence of information technology is rapid and practical nature can allow for changes in behavior or lifestyle. One of them is the development of information technology with the birth of social networks, namely Facebook. Karaoke guide also actively uses Facebook to update your status and communicate with customers. By using qualitative methods, this study aims to describe the "Experience of Guides Karaoke Workers when Updating status on Facebook as Interpersonal and Personality Communication with Customers." This study uses an interpretive paradigm with data analysis techniques which refer to the phenomenological approach. Subjects consisted of three informants working as guides karaoke. The theory used is the theory of Computer Mediated Communication (CMC) Thurlow, Crispin. 2000) and New Media Theory (LittleJohn and Karen A. Foss.2011)

Results from this study that the type of work that was involved by the informant is to be a guide karaoke are still actively use facebook. Activities conducted by informants in using facebook to update your status and get comments from customers. The informant made a status on facebook just to fill time while waiting for customers to come. As one of the self-actualization of the informants also upload photos on facebook as their identity is gorgeous to attract customer attention. Customers make personal communications more personal with the informants through other media such as via mobile phone by way of SMS or phone. Customers rarely use facebook as not free to chat on facebook. Customers are also free to contact the informant via sms or phone to ask her to meet, say hello, even if the customer is already close to'm accompanied by a meal together. The interesting thing was, between the customer and these informants there is a love or a relationship even though they were not long relationship.

The study concluded that the informants use to update your facebook status and find new friends or new customers. The informant in communicating with customers not only through facebook but also use other media, namely via sms or phone because according to the informant if through facebook customers are not free to talk privately with the informants.

*Keywords : Social Networks, Facebook, Guides Karaoke, Customers*

## **I. Latar Belakang**

Perkembangan komputer dan internet telah mengubah pola pikir dan maupun interaksi masyarakat, yaitu: interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Dimana internet telah memberikan kontribusi besar dalam komunikasi bagi masyarakat, perusahaan, industry maupun pemerintah. Jaringan internet pun dapat di fungsikan antar belahan dunia secara instan dan global.

Fasilitas yang ada pada facebook banyak digunakan oleh sejumlah kalangan yang bertujuan untuk mencari keluarga atau teman yang sudah lama tidak berjumpa, bisa mencari informasi tentang pekerjaan, dan melakukan penjualan online di facebook. Tetapi banyak yang tidak tahu tentang facebook sehingga dapat disalahgunakan oleh banyak orang. Contohnya, dengan orang yang mengupdate status yang dirasakan orang tersebut, orang yang mengupdate status dengan menjelek-jelekan orang lain. Hal itu merupakan suatu pencemaran nama baik.

## **II. Perumusan Masalah**

Facebook adalah salah satu media sosial yang selalu digunakan oleh manusia untuk mencari informasi. Dunia maya pada facebook ini banyak disalahgunakan oleh banyak orang, seperti pencemaran nama baik seseorang di facebook, penipuan dalam penjualan online di facebook, menulis dengan kata-kata yang tidak seharusnya di tulis atau kata-kata yang tidak sopan.

Pemandu Karaoke (PK) yang kerap dipandang miring oleh beberapa orang karena kebanyakan mereka bisa diajak untuk bersenang bersama para tamu. Bahkan pekerja menjadi Pemandu Karaoke (PK) pun juga masih aktif menggunakan facebook untuk menuliskan sesuatu yang mereka rasakan di facebook dan komunikasi pribadi dengan pelanggan. Pemandu Karaoke dalam menggunakan facebook hanya untuk mencurahkan isi hati mereka dengan mengupdate status aktivitas sehari-hari dan perasaan yang dirasakan dengan menggunakan facebook pemandu karaoke bisa berkomunikasi dengan pelanggannya.

### **III. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman pekerja pemandu karaoke dalam mengupdate status di facebook sebagai komunikasi antarpribadi dengan pelanggan.

### **IV. Signifikansi Penelitian**

#### a. Signifikansi Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian dibidang komunikasi, menambah variasi pada bidang kajian yang berhubungan dengan pengalaman pekerja pemandu karaoke dalam mengupdate status di facebook sebagai hubungan antar pribadi dan berkomunikasi secara lebih pribadi dengan pelanggan dengan menggunakan Teori *Computer Mediated Communication* (CMC) (Thurlow,Crispin. 2000) dan Teori *New Media* (LittleJohn dan Karen A. Foss. 2011) Khususnya pada bidang ilmu komunikasi.

#### b. Signifikansi Praktis.

Dalam tataran praktis, diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengguna Facebook agar lebih memperhatikan peluang ini untuk kegiatan peningkatan kualitas sumber daya manusia seperti memberikan informasi yang bermanfaat untuk pengguna facebook lainnya, memberikan informasi lapangan pekerjaan serta masih banyak lagi.

#### c. Signifikansi Sosial

Di lihat dari kepentingan sosial, penelitian ini sangat diharapkan bisa memberikan banyak kontribusi dan pembelajaran bagi masyarakat terkait dalam mensikapi munculnya media baru seperti jejaring sosial agar lebih berhati-hati dalam

menggunakan facebook, seperti dalam tampilan informasi mengenai hal-hal pribadi sehingga tidak membahayakan diri sendiri.

Penelitian "Pengalaman pekerja pemandu karaoke dalam mengupdate status di facebook sebagai hubungan antar pribadi dan komunikasi pribadi dengan pelanggan" menggunakan paradigma Interpretif dengan menggunakan tradisi fenomenologi yang melihat kebenaran sebagai sesuatu yang subjektif dan diciptakan oleh partisipan. Pendekatan Interpretif menekankan pada bagaimana subjek memahami fenomena orang dalam menggunakan facebook untuk mengupdate status sebagai hubungan antarpribadi dan komunikasi pribadi dengan pelanggan.

## **V. Metodologi Penelitian**

### **- Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji proses komunikasi antar pribadi mengenai pemahaman pekerja pemandu karaoke dalam mengupdate status di facebook sebagai hubungan antar pribadi dan komunikasi pribadi dengan pelanggan berusaha untuk mengetahui pemaknaan individu terhadap pengalaman yang pernah dijalani saat melakukan berbagai aktivitas komunikasi antar pribadi melalui media jejaring sosial seperti facebook dan media lain yang digunakan seperti melalui sms atau telepon.

- Situs Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Pekalongan, Jawa Tengah, Karena daerah tersebut terdapat informan yang bekerja sebagai pemandu karaoke yang masih aktif menggunakan akun facebook.

- Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini untuk mendapatkan deskripsi serta pemahaman mengenai penggunaan facebook sebagai media komunikasi untuk pengembangan komunikasi antar pribadi, diperlukan individu yang memiliki pengalaman menggunakan media jejaring sosial. Peneliti menggunakan narasumber yang bekerja sebagai pemandu karaoke dan masih aktif menggunakan facebook.

- Jenis Data

- a. Data Primer

Berupa hasil wawancara dengan narasumber menggunakan *interview guide* mengenai pengalaman pekerja pemandu karaoke dalam mengupdate status di facebook sebagai hubungan antar pribadi dan berkomunikasi secara lebih pribadi dengan pelanggan.

- b. Data Sekunder

Data yang diperoleh diluar subjek penelitian ini secara tulisan. Data Sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, buku, internet atau referensi lainnya yang mendukung dan memiliki keterkaitan dengan penelitian.

- Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan peneliti gunakan adalah wawancara mendalam (*indept interview*) kepada subyek penelitian menggunakan *interview guide* dan *tape recorder*. Wawancara akan dilakukan secara terbuka yakni

wawancara yang dilakukan sepengetahuan subyek penelitian, mereka tahu bahwa sedang diwawancarai dan mengetahui pula apa maksud dan tujuan wawancara (Moleong, 2007:189). Peneliti akan melakukan *interview* pada pengalaman pekerja pemandu karaoke dalam mengupdate status di facebook sebagai hubungan antar pribadi dan berkomunikasi secara lebih pribadi dengan pelanggan.

- **Hasil Penelitian**

Hasil dari penelitian ini bahwa jenis pekerjaan yang digeluti oleh para informan ialah menjadi pemandu karaoke yang masih aktif menggunakan facebook. Aktivitas yang dilakukan para informan dalam menggunakan facebook untuk mengupdate status dan mendapatkan komentar dari pelanggan. Para informan membuat status di facebook hanya untuk mengisi waktu luang sambil menunggu pelanggan datang. Tidak hanya membuat status saja tetapi para informan juga mengunggah foto di facebook sebagai jati diri mereka yang cantik untuk menarik perhatian pelanggan. Pelanggan mencoba untuk berhubungan baik dengan para informan melalui media yang lain seperti melalui *handphone*. Pelanggan jarang menggunakan facebook karena tidak leluasa untuk mengobrol di facebook. Pelanggan juga bebas untuk menghubungi para informan melalui sms atau telepon untuk mengajaknya bertemu, menanyakan kabar, bahkan kalau pelanggan yang sudah dekat untuk minta ditemani makan bersama. Hal yang menarik pun, antara pelanggan dan para informan ini ada yang menjalin kasih atau berpacaran walaupun mereka tidak lama berpacarannya.



## VI. Kesimpulan

- a) Komunikasi yang dilakukan oleh para informan dalam menggunakan facebook ialah untuk mengupdate status mengenai perasaan yang dirasakan dan mendapatkan komentar oleh pelanggan, mengunggah foto sebagai jati diri mereka yang cantik untuk menarik perhatian pelanggan.
- b) Dalam teori *Computer Mediated Communication* (CMC) segala bentuk komunikasi manusia yang didapatkan atau dibantu oleh teknologi komputer. Selain itu, komunikasi dengan media komputer dapat didefinisikan juga sebagai transaksi komunikasi yang terjadi lewat dua buah atau lebih komputer yang berhubungan. Contohnya seperti chatting, instant messaging, SMS (*Short Message Service*), dan email. Sebagaimana dalam penelitian ini ditemukan ketiga informan masih aktif menggunakan jejaring sosial yaitu facebook untuk mengekspresikan diri mereka dengan membuat status dan mengunggah foto-foto mereka di facebook dan berkomunikasi dengan pelanggannya.
- c) Komunikasi pribadi lebih personal dilakukan oleh pelanggan dengan para informan melalui SMS dan Telepon untuk mengajak bertemu, mengajak jalan bersama bahkan jika para informan sudah akrab dengan pelanggan pernah diajak makan bersama. Bahkan pada informan 2 pernah menjalin hubungan berpacaran dengan pelanggannya tetapi tidak berlangsung lama.

## **B. Saran**

a) Dalam menggunakan jejaring sosial yaitu facebook kita harus berhati-hati menggunakannya. Facebook memiliki dampak positif dan dampak negatif dalam menggunakannya. Dampak positif dalam menggunakan facebook yaitu facebook bisa mencari banyak teman, informasi yang bermanfaat, dan akhir-akhir ini juga facebook sebagai media online untuk berjualan. Tetapi ada dampak negatif dari penggunaan facebook ini, yaitu pengguna facebook masih saja mengupdate status dengan mencemarkan nama baik seseorang di dunia maya, tetapi banyak yang tidak tahu di dalam teknologi informasi dan komunikasi mempunyai undang-undang yang berlaku, sehingga pengguna facebook dengan seenaknya menyalahgunakan facebook tersebut, maka dari itu, kita harus berhati-hati dalam menggunakan media sosial terutama facebook.

b) Sebaiknya kita sebagai pengguna facebook yang baik dalam menggunakan facebook jangan mengupdate status dengan kata-kata yang tidak sopan atau menjelek-jelekan orang lain. Dalam menggunakan facebook kita harus memberikan contoh yang baik, seperti memberikan informasi yang bermanfaat sehingga pengguna facebook yang lain pun bisa membaca apa yang kita berikan di facebook tersebut.