

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PERGESERAN INTERAKSI SOSIAL REMAJA

Intan Putri¹

intanputri@uss.ac.id

¹ Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Selatan

Dendi²

dendi@uss.ac.id

² Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Selatan

Nanda Syukerti³

nandasyukerti@uss.ac.id

³ Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Selatan

Ahmad Iman Mulyadi⁴

ahmad.iman.mulyadi@polsri.ac.id

⁴ Prodi Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

Insan Maulana⁵

insanmaula0013@students.uss.ac.id

⁵ Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Selatan

ABSTRACT

The existence of new media or new media cannot be separated from the rapid development of technology and communication. The internet as a product of communication technology, although it has been developing for quite a long time, is still a topic of discussion for the public or the community until now. Audiences are not only talking about the "power" or positive impact of the Internet, but also the negative impact that comes with it.

In carrying out the current communication process, it can be done in various ways, it can be in the form of face-to-face communication, through writing in letters, by telephone and the most often used now is through computers. In communication through computers or Computer Mediated Communication, communication activities are carried out in various ways such as email, instant messaging, social media, the most important of which can be connected to each other through the internet network.

Social interaction is a condition for the occurrence of social activities. In doing interaction there are conditions that must be met, namely social contact and social communication. Information technology in the era of globalization is growing rapidly in people's lives. The use of increasingly sophisticated communication facilities provides opportunities for each individual to access information as desired and can communicate easily without thinking about time.

Based on this, this paper explains how the 'momentum' of Eid Al-Fitr 1438H is a place for interaction with or friendship between teenagers. In order to wish you a happy Eid Al-Fitr 1438H, not a few people use social media facilities. so the researcher can conclude that the largest social media users in Adolescent Social Interaction in order to wish a happy Eid Al-Fitr 1438H are on social media facebook by 45%. Followed by Instagram users (26%), Whatsapp (20%) and BBM (9%). This can be seen how the teenager interacts socially with those who use social media Facebook, BBM, Instagram, and Whatsapp. Whether interacting personally, in groups, replying to comments, or posting photos and videos on social media.

Keywords: Social Interaction, Social Media, Teens

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (*cybercommunity*). Masyarakat nyata ialah sebuah kehidupan masyarakat yang secara indrawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun melalui pengindraan. Dalam masyarakat nyata, kehidupan manusia dapat disaksikan sebagaimana apa adanya.

Kehidupan masyarakat maya merupakan suatu kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun mampu dirasakan serta disaksikan sebagai sebuah realitas. Pembentukan kelompok-kelompok masyarakat dalam dunia maya, tentunya terdiri atas individu-individu maya. Individu tersebut memiliki aspek yang beragam baik dari segi material ataupun immaterial. Keberagaman aspek tersebut turut mendapatkan fasilitas dunia maya. Mengingat dunia maya sebagai media *online* yang sangat memungkinkan sosialisasi antar individu atau kelompok secara maya.

Salah satu fasilitas bagi individu ataupun masyarakat dunia maya dalam bersosialisasi secara online dapat dilakukan melalui media sosial *online*. Media sosial *online* merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak *audiens*) ke *social media dialogue* (banyak *audiens* ke banyak *audiens*).

Media sosial sebagai salah satu representasi dunia maya, sekat-sekat ruang privasi dan rahasia-rahasia pribadi tiap individu, menjadi terbuka dan transparan, dan semuanya dilakukan dengan sadar. Data pribadi seperti nama lengkap, jenis kelamin, tempat tanggal bulan dan tahun kelahiran, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendidikan, hobi, bahkan status hubungan serta foto-foto sejak lahir, balita, hingga beranjak dewasa dan hingga kakek nenek (Sumadiria, 2014).

Kemampuan media sosial dalam menghilangkan batasan-batasan waktu, geografis dan dimensional memungkinkan manusia untuk mempersingkat waktu dan dimensi-dimensi yang ada sehingga terjadilah sebuah percepatan alur informasi. Dengan berkembangnya sistem komunikasi telepon pintar atau *smartphone* yang dapat memungkinkan manusia untuk selalu

terhubung dengan alat komunikasi tanpa harus ada masalah kabel atau harus selalu duduk di depan komputer ketika akan mengakses sebuah situs internet, menjadikan media sosial semakin populer.

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan manusia yang tidak terpisahkan. Hal ini dikarenakan sifat dari media tersebut yang mampu memenuhi kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk yang selalu memiliki keinginan hadir sebagai sesuatu yang lain yang mana hal ini tercermin dari pemilihan profil foto atau avatar, hingga pada cara apa manusia tersebut mencari kesenangan melalui media *online*.

Berdasarkan hal tersebut, makalah ini menjelaskan bagaimana Momentum Hari Raya Idul Fitri 1438H merupakan ajang saling berinteraksi dengan atau silaturahmi antar sesame. Dalam rangka mengucapkan selamat Hari Raya Idul Fitri 1438H tidak sedikit yang menggunakan fasilitas media sosial. Virtualitas media sosial mampu memberikan apa yang dibutuhkan oleh manusia tersebut di tengah-tengah tuntutan aktivitas dan padatnya jadwal yang dimiliki. Melalui media sosial manusia dapat dengan mudahnya tetap berhubungan dengan keluarga, kolega dan siapapun meskipun jarak diantara mereka cukup jauh. Melalui media *online* manusia juga dapat mencari hiburan sesaat di tengah-tengah kepenatan kerja untuk menjaga tingkat

produktifitasnya sementara di sisi lain memang ada yang terlalu tenggelam dengan kedua hal ini. Mereka menjadi terlalu asik dalam dunia virtual sehingga lupa dengan realitas dunia nyata.

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif. Tipe penelitian deskriptif adalah tipe penelitian menjelaskan makna-makna atas tindakan atau perilaku manusia. Menurut Bungin (2008), deskriptif berusaha untuk menjelaskan makna-makna dari gejala sosial. Karena suatu tindakan dapat memiliki banyak arti, maka makna tidak dapat dengan mudah diungkap begitu saja.

Secara harfiah, tipe penelitian deskriptif adalah tipe penelitian status kelompok manusia, suatu kondisi atau situasi, sistem pemikiran atau peristiwa yang terjadi saat ini. Menurut Nazir (1998) dalam Bungin (2008), tujuan dari tipe penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai berbagai fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang sedang diselidiki.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan dan studi kepustakaan serta berusaha memahami dan menganalisisnya. Studi kepustakaan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan dan laporan-

laporan yang berkaitan dengan masalah yang peneliti bahas.

Hasil dan Pembahasan

Keberadaan media baru atau *new media* tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang cukup lama, namun masih menjadi perbincangan khalayak atau masyarakat hingga sekarang. Khalayak tidak hanya membicarakan “kekuatan” atau dampak positif Internet, tetapi juga dampak negatif yang menyertainya.

Internet sendiri merupakan suatu *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa global). Salah satu bentuk dari keberadaan *new media* adalah fenomena munculnya *Social Network* (jejaring sosial) yang lebih dikenal sebagai media sosial.

Media sosial atau jejaring sosial merupakan aktifitas sosial yang tidak hanya dilakukan di dalam dunia nyata tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video selayaknya berada dalam lingkungan sosial (Tamburaka, 2013).

Seperti halnya sebuah *global village*, internet berkembang menjadi sangat kompleks. Mulai dari mencari informasi mengenai suatu hal, tempat, ataupun seorang teman sampai berita politik dari berbagai belahan dunia ini. Dengan demikian membuat *internet* semakin digemari karena dapat mempersempit batas ruang dan waktu. Hanya dengan mengetik sebuah *key word* dalam kolom *search engine*, seorang pengguna internet menemukan semua informasi yang dibutuhkan.

Mengingat media sosial saat ini semakin populer dan dengan hadirnya media sosial yang secara personal mampu bersentuhan dengan masyarakat pada tingkatan dimana sebelumnya tidak mampu hadir dan menjadi sebuah dimensi baru yang mampu melayani manusia berinteraksi dan mengaktualisasikan diri dalam dunia virtual sebagai bentuk ruang publik yang baru.

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan media Sosial *Facebook*, *BBM*, *Instagram*, dan *Whatsapp* sebagai studi kasus dalam penelitian ini. Adapun alasan menggunakan media sosial *Facebook*, *BBM*, *Instagram*, dan *Whatsapp* adalah media sosial Sosial memeang peneliti ikuti perkembangannya atau lebih tepatnya media sosial yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data karena interaksi sosial antar akun media sosial lebih dapat mendapatkan data yang akurat apabila penggunaan akun media sosial *Facebook*, *BBM*, *Instagram*, dan *Whatsapp* tersebut merupakan akun yang dalam status pertemanan dengan peneliti.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti melalui akun media sosial yang peneliti miliki, maka berikut ini adalah daftar table mengenai jumlah pengguna media sosial (kategori remaja) dalam rangka mengucapkan selamat Hari Raya Idul Fitri 1438H dengan jumlah akun pengikut atau pertemanan tersebut tidak termasuk pada *OnlineShop*, akun tidak dikenal ataupun akun-akun promosi lain.

Tabel 1. Penggunaan Interaksi Sosial Pada Media Sosial

Media Sosial	Jumlah Akun Pengikut /teman	Pengguna Identitas Dunia Maya	%	% total
Facebook	388	123	32%	45%
Bbm	35	24	68%	9%
Instagram	102	70	69%	26%
Whatsapp	83	53	64%	20%
total				100%

Sumber: Temuan Peneliti

Dari tabel di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa pengguna media sosial terbesar pada Interaksi Sosial Remaja dalam rangka mengucapkan selamat Hari Raya Idul Fitri 1438H berada pada media sosial *facebook* sebesar 45%. Diikuti pengguna *Instagram* (26%), *Whatsapp* (20%) dan *BBM* (9%).

Gambar 1. Media Sosial



Sumber: Temuan Peneliti

Gambar 2. Media Sosial



Sumber: Temuan Peneliti

Interaksi sosial merupakan sebuah syarat terjadinya aktivitas sosial. Dalam melakukan interaksi terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu kontak sosial dan komunikasi sosial. Teknologi Informasi di era globalisasi sangat berkembang pesat di dalam kehidupan masyarakat. Penggunaan fasilitas komunikasi yang semakin canggih memberikan peluang bagi setiap individu untuk mengakses informasi sesuai keinginan serta dapat berkomunikasi dengan mudah tanpa memikirkan waktu. Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan suatu perubahan besar dalam komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat di era modern.

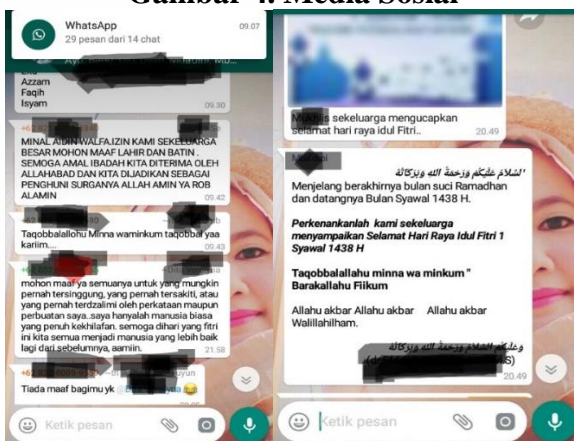
Gambar 3. Media Sosial



Sumber: Temuan Peneliti

Fakta mengejutkan yang didapat peneliti selama melakukan pengamatan, beberapa remaja lebih aktif pada komunitas masyarakat maya daripada masyarakat nyata. Hal ini, dapat dilihat bagaimana remaja tersebut berinteraksi sosial dengan yang menggunakan media Sosial *Facebook, BBM, Instagram, dan Whatsapp*. Baik berinteraksi secara personal, group, berbalas komentar, ataupun posting-posting foto dan video di media sosial.

Gambar 4. Media Sosial



Sumber: Temuan Peneliti

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (*cybercommunity*). Masyarakat nyata ialah sebuah kehidupan masyarakat yang secara indrawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun melalui pengindraan. Dalam masyarakat nyata, kehidupan manusia dapat disaksikan sebagaimana apa adanya.

Kehidupan masyarakat maya merupakan suatu kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui pengindraan manusia, namun mampu dirasakan serta disaksikan sebagai sebuah realitas. Pembentukan kelompok-kelompok masyarakat dalam dunia maya, tentunya terdiri atas individu-individu maya. Individu tersebut memiliki aspek yang beragam baik dari segi material ataupun immaterial. Keberagaman aspek tersebut turut mendapatkan fasilitas dunia maya. Mengingat dunia maya sebagai media *online* yang sangat memungkinkan sosialisasi antar individu atau kelompok secara maya.

Salah satu fasilitas bagi individu ataupun masyarakat dunia maya dalam bersosialisasi secara online dapat dilakukan melalui media sosial *online*. Media sosial *online* merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial

bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak *audiens*) ke *social media dialogue* (banyak *audiens* ke banyak *audiens*).

Momentum Hari Raya Idul Fitri 1438H merupakan ajang saling berinteraksi dengan atau silaturahmi antar sesame. Dalam rangka mengucapkan selamat Hari Raya Idul Fitri 1438H tidak sedikit yang menggunakan fasilitas media sosial. Media sosial sebagai salah satu representasi dunia maya, sekat-sekat ruang privasi dan rahasia-rahasia pribadi tiap individu, menjadi terbuka dan transparan, dan semuanya dilakukan dengan sadar. Data pribadi seperti nama lengkap, jenis kelamin, tempat tanggal bulan dan tahun kelahiran, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendidikan, hobi, bahkan status hubungan serta foto-foto sejak lahir, balita, hingga beranjak dewasa dan hingga kakek nenek (Sumadiria, 2014).

Kehadiran situs jejaring sosial telah menjadi sebuah media alternatif bagi individu dalam mengembangkan hubungan dengan siapa saja yang menaruh minat yang sama. Sebagaimana halnya hubungan interpersonal yang dibangun melalui komunikasi tatap muka atau *face to face*, hubungan yang dibangun melalui situs jejaring sosial juga bisa menjadi sebuah hubungan yang berawal dari tahap perkenalan basa basi hingga pengembangan hubungan yang lebih akrab di dunia maya bahkan ada beberapa yang diantaranya

dirasionalisasikan dalam sebuah hubungan di dunia nyata termasuk di dalamnya proses depenetrasi. Semua ini tergantung dari keinginan individu pengguna situs jejaring dalam mengembangkan hubungannya dan dipengaruhi juga oleh proses pengungkapan diri (*self disclosure*) kepada individu lain.

Hubungan interpersonal remaja yang dilakukan melalui situs jejaring sosial ini tentunya memberikan pengaruh pada hubungan interpersonal remaja baik itu di dunia maya maupun di dunia nyata. Akhir sosial juga ditandai oleh transparansi sosial, yaitu satu kondisi lenyapnya kategori sosial, batas sosial, hirarki sosial yang sebelumnya membentuk suatu masyarakat. Jaringan informasi menjadi bersifat transparan dan virtual tatkala tak ada lagi kategori-kategori moral yang mengikatnya dan ukuran-ukuran nilai yang membatasinya. *Party-line* merupakan gambaran masyarakat *cyber* kita yang tenggelam di dalam ekstasi komunikasi. Orang yang terbuai dalam komunikasi di dalam dunia *cyber* bisa tenggelam di dalamnya dan terbawa arus gaya komunikasi yang ada, hingga tak jarang bisa seolah menjadi sosok lain, yang jauh beda dengan dunia nyatanya (Piliang, 2004).

Computer Mediated Communication (CMC) merupakan transaksi komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih melalui jaringan komputer. Di awal kemunculannya, penggunaan konvergensi teknologi komunikasi informasi ini hanya sebatas sebagai alat untuk pengolahan data

dan penyebaran informasi. Hal ini karena masih terbatasnya fitur komunikasi yang ditawarkan dan tingginya biaya untuk mengakses informasi yang ada. Terdapat perbedaan antara komunikasi bermedia komputer dengan komunikasi langsung (*face to face*). Walter dalam teori Proses Informasi Sosial menyatakan bahwa hubungan diantara individu dalam interaksi komunikasi informasi terdapat hubungan yang berkembang sehingga membentuk kesan antarpribadi. Isyarat non-verbal seperti ekspresi wajah, nada suara, jarak sosial, posisi tubuh, sentuhan, dan bau dalam komunikasi langsung dapat diamati, dirasakan, dan didengar oleh sesama pelaku komunikasi. Berbeda halnya dalam komunikasi bermedia komputer, bahasa isyarat tersebut tidak terkirim ataupun diterima diantara pelaku komunikasi. Kelemahan itulah yang menyebabkan pengembangan hubungan melalui CMC kurang berkembang ke arah interaksi yang lebih akrab dan acapkali mengalami kebuntuan. Rentang pengiriman pesan yang disampaikan melalui CMC juga berkontribusi dalam pengembangan hubungan.

Kalangan remaja yang menjadi hiperaktif di media sosial ini juga sering memposting kegiatan sehari-hari mereka yang seakan menggambarkan gaya hidup mereka yang mencoba mengikuti perkembangan jaman, sehingga mereka dianggap lebih populer di lingkungannya. Semakin sering dan cepat pengiriman pesan, semakin berkembang proses hubungan sosial diantara pelaku

komunikasi. Tingkat keakraban hubungan dalam komunikasi berbasis CMC terdapat dua hal. *Pertama, anticipated future interaction* merupakan proses pengurangan ketidakpastian dengan mencari informasi mengenai individu lain. Faktor ini secara psikologis dapat mengurangi ketidakpastian seseorang dalam membangun komunikasi tatap muka atau virtual. *Kedua, Crhonomic* adalah komunikasi nonverbal yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana individu melihat, menggunakan, dan menanggapi masalah waktu dalam berinteraksi dengan orang lain.

PENUTUP

Dalam melakukan proses komunikasi kita mengenal beragam cara, bisa berupa komunikasi secara tatap muka, melalui tulisan pada surat, melalui telepon dan yang paling sering digunakan sekarang yaitu melalui komputer. Dalam komunikasi melalui komputer atau *computer mediated communication*, kegiatan komunikasi dilakukan dengan berbagai cara seperti *email, instant messaging, social media*, yang terpenting dapat saling terhubung melalui jaringan internet.

Mengingat media sosial saat ini semakin populer dan dengan hadirnya media sosial yang secara personal mampu bersentuhan dengan masyarakat pada tingkatan dimana sebelumnya tidak mampu

hadir dan menjadi sebuah dimensi baru yang mampu melayani manusia berinteraksi dan mengaktualisasikan diri dalam dunia virtual sebagai bentuk ruang publik yang baru.

Computer Mediated Communication (CMC) merupakan transaksi komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih melalui jaringan komputer. Berbeda halnya dalam komunitas antar personal (*face to face*), komunikasi bermedia komputer, bahasa isyarat tersebut tidak terkirim ataupun diterima diantara pelaku komunikasi. Kelemahan itulah yang menyebabkan pengembangan hubungan melalui CMC kurang berkembang ke arah interaksi yang lebih akrab dan acapkali mengalami kebuntuan. Rentang pengiriman pesan yang disampaikan melalui CMC juga berkontribusi dalam pengembangan hubungan. Hubungan interpersonal remaja yang dilakukan melalui situs jejaring sosial ini tentunya memberikan pengaruh pada hubungan interpersonal remaja baik itu di dunia maya maupun di dunia nyata.

Daftar Pustaka

- Abadi, Totok Wahyu. Dkk. *Media Sosial Dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja Di Sidoarjo*. KANAL, Vol. 2, No. 1, September 2013, Hal. 1 - 106.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi-Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Fitrianur, Irfan. *Analisis Efek Penggunaan Media Sosial Line Messenger Pada Remaja Di Smk Negeri 1 Samarinda*. Ejournal Lmu Komunikasi, 2016, 4 (4): 240-253 Ssn 2502-597x, Ejournal.Iikom.Fisip-Unmul.Ac.Id © Copyright 2016
- Juwita, Elsa Puji, Dkk. *Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa Sma Negeri 5 Bandung*. Jurnal Societas, Vol. 5, No. 1
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi- Theories of human Communication* edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana.
- Putri, Wilga Secsio Ratsja. dkk. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*. PROSIDING KS: RISET & PKM VOLUME: 3 NOMOR: 1 HAL: 1 - 154 ISSN: 2442-4480
- Sumadiria, A.S. Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media-Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Utami, Anggi Mayasari Violita. Dkk. *Pergeseran Budaya Komunikasi Pada Era Media Baru (Studi Etnografi Virtual Penggunaan LINE Oleh Digital Natives)*. E-Proceeding Of Management: Vol.2, No.3 Desember 2015 | ISSN : 2355-9357 Page 4042.
- Watie, Errika Dwi Setya. *Komunikasi Dan Media Sosial (Communications And Social Media)*. THE MESSENGER, Volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011