

Media Sosial dan Perkembangan Hubungan Interpersonal Remaja di Sidoarjo

Tutut Nofita sari

Progam Studi Ilmu Komunikasi

FISIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email: tututdomo@gmail.com

Pendahuluan

Hingga kini internet sebagai media komunikasi baru telah berkembang dengan pesat bahkan menjadi semakin populer sejak dilaunchingnya situs jejaring sosial seperti *friendster*, *facebook*, *twitter*, maupun *linkdln in*. Kehadirannya mampu menawarkan kepada pelaku komunikasi sebagai media alternatif. Dampak yang diakibatkan sungguh luar biasa karena secara mendasar mampu mengubah sikap dan perilaku bahkan norma-norma dalam kehidupan sosial manusia.

Meningkatnya penggunaan internet ini mengindikasikan bahwa komunikasi bermedia komputer khususnya melalui media situs jejaring sosial telah menjadi sebuah trend baru di masyarakat khususnya remaja. Wahyudiono (2012) menyatakan bahwa pengguna internet di Jawa Timur lebih banyak berusia muda yaitu dalam kelompok umur 15 tahun sampai dengan 24 tahun. Fasilitas yang biasa digunakan untuk berkomunikasi secara online adalah *instant message*, *emails*, *chat room*, *text messaging*, *social networking*. Aktivitas penggunaan internet yang paling tinggi yaitu membuka jejaring sosial dan mengirim atau menerima email. Tidak jarang pula remaja melakukan aktivitas komunikasi dengan menulis di dinding, *update status*, *update comment*, *upload* foto dan video, maupun *game online*.

Pembahasan

Fenomena ini mengindikasikan bahwa hubungan sosial yang dibangun pada dunia maya turut mewarnai hubungan interpersonal remaja di dunia nyata. Secara positif, fenomena yang muncul menandakan bahwa komunikasi bermedia komputer dapat membantu meningkatkan hubungan sosial penggunaannya baik itu di dunia maya ataupun di dunia nyata. Secara negatif fenomena yang muncul menandakan bahwa komunikasi bermedia komputer mengurangi tingkat keintiman hubungan sosial di dunia nyata. Bahkan relasi sosial melalui media internet, netizen sulit untuk mendapatkan dan menafsirkan petunjuk kontekstual.

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. Karenanya, penjelasan permasalahan tersebut akan dipaparkan landasan teoretisnya yang terkait dengan dengan variabel penelitian, yaitu *Computer Mediated Communication*, *Hubungan Interpersonal*, dan *Self Identity*.

1. *Computer Mediated Communication dan Media Social*

Penelitian Parse dan Dunn yang dikutip Saverin dan Tankard (2005) menjelaskan bahwa komputer dapat digunakan sebagai media lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

2. *Hubungan interpersonal*

adalah hubungan antar pribadi yang terjadi diantara dua atau lebih individu. Hubungan interpersonal terbina melalui beberapa tahap, yakni 1) kontak, 2) keterlibatan, 3) keakraban, 4) perusakan, dan 5) pemutusan (Devito 1997: 233-235).

3. *Identitas Diri*

Identitas diri merupakan susunan gambaran diri individu sebagai seseorang.

Menurut Michael Hecht dan koleganya (dalam Little John : 131) pada teori komunikasi tentang identitas, identitas adalah sebuah penghubung utama antara individu dan masyarakat serta komunikasi merupakan mata rantai yang memperbolehkan hubungan ini terjadi.

Jumlah pengguna internet di Indonesia menguasai Asia sebesar 22,4 persen, setelah Jepang. Budi menyebutkan, Indonesia merupakan negara peringkat ketiga di Asia untuk jumlah pengguna internet. Sementara itu, berdasarkan penelitian Nielsen, Indonesia juga masuk sebagai pengguna perangkat *mobile* tertinggi sebanyak 48 persen, diikuti oleh Thailand dan Singapura.

Bahkan dari segi usia, semakin banyak pengguna internet merupakan anak muda. Mulai dari usia 15-20 tahun dan 10-14 tahun meningkat signifikan. Indonesia menjadi pangsa pasar terbesar untuk teknologi informasi komunikasi (TIK), sistem operasi, *gaming*, dan *hardware* (tablet, PC, dan laptop). Berdasarkan data Kominfo April 2012, jumlah pengguna jejaring sosial di Indonesia juga besar. Setidaknya tercatat sebanyak 44,6 juta pengguna Facebook dan sebanyak 19,5 juta pengguna Twitter di Indonesia. Indonesia menjadi negara kelima terbesar pengguna Twitter di bawah Inggris dan negara besar lainnya.

Penutup

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan situs jejaring sosial oleh remaja banyak dimotivasi untuk 1) mendapatkan berbagai informasi (78%), 2) memperkuat hubungan di antara sesama pengguna situs (76%), 3) melepaskan ketegangan (70%), 4) memenuhi kebutuhan emosional (68%), dan 5) meningkatkan rasa percaya diri (62%).

Referensi:

- Abadi, T.W., Fandrian S., Dian A.U. (2015). "Media Sosial dan Perkembangan Hubungan Interpersonal Remaja di Sidoarjo". Jurnal KANAL, Volume 2, No.1 September 2013. Hal: 1-106.
<http://scholar.google.co.id>
- Abadi, Totok Wahyu. "CMC Sebagai Cyberspace". dalam <http://www.scribd.com/doc/> (diakses pada 19 Februari 2013)
- Altman, Irwin & Dalmas Taylor. 2004. "Social Penetration Theory." dalam EM
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Edisi Ke-5. Jakarta: Griffin. *A First Look at Communication Theory*. Mc Graw Hill
- Griffin. *A First Look at Communication Theory*. Mc Graw Hill International Edition. Sixth edition.
- <http://edukasi.kompas.com/read/2012/10/11/00510559/Sekolah.Perlu.Antisipasi>.
- <http://teknokompas.com/read/xml/2012/11/01/1110452/Pengguna.Internet.id.Indonesia.Capai.55.Juta>. (diakses tanggal 11 Januari 2013)
- Humanika International Edition. Sixth edition.
- Juditha, Cristiany. 2011. "Hubungan Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook". Jurnal Komunikasi, Media, dan Informatika. Volume 1, No 1/ April 2012.
- Littlejohn, Stephen W, Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba *Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi Ke-5. Jakarta:Kencana. Professional Books.
- Severin, Werner & James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Terhadap Perilaku Remaja di Kota Makassar*". Jurnal Penelitian IPTEKKOM.
- Wahyudiono. 2012: 1. "Aktivitas Penggunaan Internet Berdasar Usia". *Komunika*.
- Walther, Joseph. 2006. "Social Information Processing Theory". dalam EM