

ISSN: 2302-6790

KANAL

Jurnal Ilmu Komunikasi





ISSN

ISSN 2541-2841 (online) (<http://u.lipi.go.id/1471573868>)

ISSN 2302-6790 (print) (<http://u.lipi.go.id/1350626722>)



(<https://portal.issn.org/resource/ISSN/2541-2841>)



(http://doi.relawanjurnal.id/?page_id=733)

Popular Articles

- MEDIA SOSIAL DAN PENGEMBANGAN... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/278>)
- Aksiologi: Antara Etika, Moral, dan... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/1452>)
- Era Digitalisasi Media Pemasaran... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/1931>)
- PIERRE BOURDIEU, SANG JURU DAMAI (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/300>)
- STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDICAL... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/337>)
- PROMOSI ONLINE PADA INDIE CLOTHING... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/294>)
- KONSTRUKSI CITRA PEREMPUAN DALAM... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/275>)
- STRATEGI KOMUNIKASI BIDAN UNTUK... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/327>)
- PENGARUH KOMUNIKASI TERAPEUTIK BIDAN... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/276>)
- PENGARUH DISPLAY PRODUCT TERHADAP... (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/325>)

User

Username

Password

☐ Remember me

Login

Submit Your Paper

Submit

(<https://bit.ly/submitjournalumsida>)

Article Template (.docx)

Author Guidelines

(</index.php/kanal/about/submissions#authorGuidelines>)

Author (s) Fee (</index.php/kanal/about/editorialPolicies#custom-1>)

Services

Abstracting/Indexing (</index.php/kanal/about/editorialPolicies#custom-3>)

Buy Hard Copy (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScKJ4pSAbFvmY_OGoLp-ZkrImQSLYSXBKpPuVaue8yAEELSUA/viewform)

Language Editing

Translation

Article Template Editing

Quick Link

Peer-Reviewers (</index.php/kanal/about/displayMembership/79>)

Peer Review Process (</index.php/kanal/about/editorialPolicies#peerReviewProcess>)

[Focus and Scope \(/index.php/kanal/about/editorialPolicies#focusAndScope\)](/index.php/kanal/about/editorialPolicies#focusAndScope)

[Copyrights Notice \(/index.php/kanal/about/submissions#copyrightNotice\)](/index.php/kanal/about/submissions#copyrightNotice)

[Publication Ethics \(/index.php/kanal/about/editorialPolicies#custom-0\)](/index.php/kanal/about/editorialPolicies#custom-0)

Citation Anlysis

Scopus

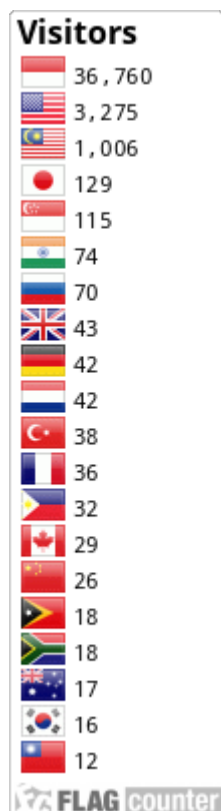
Web of Science

Google Scholar (<https://scholar.google.co.id/citations?user=3yWevA4AAAAJ&hl=id>)

Statistic

00078384 (<https://www.statcounter.com/>)

View My Stats (<http://statcounter.com/p11153351/?guest=1>)



(<http://s11.flagcounter.com/more/2L4>)

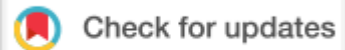
Tools



(<https://orcid.org/register>)



(<https://www.crossref.org/services/funder-registry/>)



(<https://www.crossref.org/services/crossmark/>)



(<https://www.crossref.org/services/cited-by/>)



(<https://www.crossref.org/services/similarity-check/>)

Journal Content

Search

Search Scope

All

Search

Browse

By Issue (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/issue/archive>)

By Author (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search/authors>)

By Title (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search/titles>)

By Sections (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/browseSearch/sections>)

By Identify Types (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/browseSearch/identifyTypes>)

Other Journals (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/index>)

Categories (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/index/search/categories>)

Current Issue

 (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/gateway/plugin/WebFeedGatewayPlugin/atom>)

 (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/gateway/plugin/WebFeedGatewayPlugin/rss2>)

 (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/gateway/plugin/WebFeedGatewayPlugin/rss>)

Font Size

Keywords

Event Marketing (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=Event%20Marketing>) Festival (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=Festival>) Harper's Bazaar Indonesia (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=Harper%E2%80%99s%20Bazaar%20Indonesia>) Konstruksi (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=Konstruksi>) Pulau Bawean (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=Pulau%20Bawean>) anti aging (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=anti%20aging>) communication (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=communication>) corporate philanthropy (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=corporate%20philanthropy>) corporate social marketing (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=corporate%20social%20marketing>) cover (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=cover>) customer campaign (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=customer%20campaign>) discourse (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=discourse>) komunikasi (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=komunikasi>) laporo rek (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=laporo%20rek>) marketing campaign (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=marketing%20campaign>) media sosial (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=media%20sosial>) online media (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=online%20media>) perempuan (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=perempuan>) **semiotics** (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=semiotics>) website (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=website>) women (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/search?subject=women>)

Home (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/index>) / Archives (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/issue/archive>)
 / Vol 2, No 1 (2013) (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/issue/view/38>)

Vol 2, No 1 (2013)

September

DOI: <https://doi.org/10.21070/kanal.v2i1> (<https://doi.org/10.21070/kanal.v2i1>)

Articles

INTERAKSI SOSIAL ORANG TANAH TORAJA PADA MASYARAKAT LOKAL DI KABUPATEN

KOLAKA (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/272>)

(1) Dewi Anggraini (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Haluoleo Kendari , Indonesia)

DOI : <http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.272> (<http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.272>)

 | Abstract Article Readed: 561 times | PDF Downloaded: 4394 times

PDF (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/272/256>) | 1-16


EVALUASI KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA INFORMASI E-GOVERNMENT (WEBSITE) PADA SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAERAH (SIMDA) KABUPATEN KOLAKA (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/273>)

(1) Zaitun Zaitun ((Jl. Pattimura No 34 Kelurahan Watuliandu 93515 , Indonesia)

(2) Ageng Setiawan Herianto (, Indonesia)

(3) Budi Guntoro (, Indonesia)

DOI : <http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.273> (<http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.273>)


 | Abstract Article Readed: 340 times | PDF Downloaded: 287 times

PDF (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/273/257>) | 17-32

BENTUK PENDEKATAN KOMUNIKASI ORANG TUA DALAM MEMBERI PEMAHAMAN TAYANGAN TELEVISI PADA ANAK USIA SEKOLAH DASAR (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/274>)

(1) Harnina Ridwan (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Haluoleo, Kendari, Sulawesi Tenggara , Indonesia)

DOI : <http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.274> (<http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.274>)

 | Abstract Article Readed: 442 times | PDF Downloaded: 508 times

PDF (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/274/258>) | 33-48

KONSTRUKSI CITRA PEREMPUAN DALAM MEDIA ONLINE (Analisis Framing Rubrik Fashion Website Wolipop) (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/275>)

(1) Lestarysca Lestarysca (Program studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

(2) Poppy Febriana (Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP-Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

DOI : <http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.275> (<http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.275>)

 | Abstract Article Readed: 1541 times | PDF Downloaded: 1280 times


PDF (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/275/261>) | 49-64

PENGARUH KOMUNIKASI TERAPEUTIK BIDAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN BERSALIN DI RUMAH SAKIT BHAYANGKARA PUSDIK BRIMOB WATUKOSEK GEMPOL PASURUAN
(<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/276>)

(1) M. Lukman Hakim (FISIP, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

(2) Kukuh Sinduwiatmo (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

DOI : <http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.276> (<http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.276>)

 | Abstract Article Readed: 1481 times | PDF Downloaded: 2131 times

PDF (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/276/262>) | 65-76


PENCITRAAN PASANGAN JOKO WIDODO – BASUKI TJAJAJA PURNAMA DALAM IKLAN KAMPANYE VERSI “JAKARTA BARU” (Studi Analisis Semiotik Iklan Televisi) (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/277>)

(1) Irmania Yunita (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

(2) Ainur Rochmaniah (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

(3) Nur Maghfirah Aesthetika (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

DOI : <http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.277> (<http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.277>)

 | Abstract Article Readed: 381 times | PDF Downloaded: 314 times

PDF (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/277/263>) | 77-93

MEDIA SOSIAL DAN PENGEMBANGAN HUBUNGAN INTERPERSONAL REMAJA DI SIDOARJO
(<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/278>)


(1) Totok Wahyu Abadi (Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

(2) Fandrian Sukmawan (Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo , Indonesia)

(3) Dian Asha Utari (Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

, Indonesia)

DOI : <http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.278> (<http://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.278>)

 | Abstract Article Readed: 11255 times | PDF Downloaded: 15270 times

PDF (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/article/view/278/264>)

| 95-106

Policies

Focus and Scope (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/editorialPolicies#focusAndScope>)

Section Policies (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/editorialPolicies#sectionPolicies>)

Peer Review Process (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/editorialPolicies#peerReviewProcess>)

Open Access Policy (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/editorialPolicies#openAccessPolicy>)

Submissions

Online Submissions (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/submissions#onlineSubmissions>)

Author Guidelines (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/submissions#authorGuidelines>)

Copyright Notice (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/submissions#copyrightNotice>)

Privacy Statement (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/submissions#privacyStatement>)

Other

Journal Sponsorship (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/journalSponsorship>)

Site Map (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/siteMap>)

About this Publishing System (<http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal/about/aboutThisPublishingSystem>)

Share

Tweet



ISSN: 2541-2841

MEDIA SOSIAL DAN PENGEMBANGAN HUBUNGAN INTERPERSONAL REMAJA DI SIDOARJO

Totok Wahyu Abadi
Fandrian Sukmawan
Dian Asha Utari

(Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo, Jalan Majapahit 666 B Sidoarjo, email: totokwahyu@umsida.ac.id
hp 081332293708; sfandrian@gmail.com 085755465646)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan penggunaan media sosial di kalangan remaja, pengembangan hubungan interpersonal, dan pengaruh media sosial terhadap pengembangan hubungan interpersonal remaja Sidoarjo. Penelitian dengan seratus siswa SLTA sebagai responden ini menggunakan pendekatan eksplanatif. Melalui pengumpulan data secara random sampling, data dianalisis dengan menggunakan teknik penganalisisan statistik deskriptif dan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan situs jejaring sosial oleh remaja banyak dimotivasi untuk 1) mendapatkan berbagai informasi, 2) memperkuat hubungan di antara sesama pengguna situs, 3) melepaskan ketegangan, 4) memenuhi kebutuhan emosional, dan 5) meningkatkan rasa percaya diri. Pengembangan hubungan yang dilakukan oleh remaja lebih dominan pada pencarian informasi identitas diri, ide-ide ataupun pemikiran, serta alamat akun pengguna. Tingkat pengembangan hubungan interpersonal (pertemanan) melalui jejaring sosial sebesar 68,7%. Penggunaan situs jejaring sosial berpengaruh terhadap pengembangan hubungan interpersonal remaja di Sidoarjo sebesar 43,4%.

Keywords: komunikasi bermedia komputer, media sosial, dan penetrasi sosial.

SOCIAL MEDIA AND DEVELOPMENT OF ADOLESCENT INTERPERSONAL RELATIONSHIPS IN SIDOARJO

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and explain the use of social media among teenagers, the development of interpersonal relationships, and the influence of social media on the development of adolescent interpersonal relationships in Sidoarjo. This research, which involves a hundred high school students as the respondents, uses explanative approach. Through random sampling of data collection, the data were analyzed using descriptive statistics analyzing techniques and multiple regression. The results showed that the use of social networking sites by teenagers is much motivatedly aimed to 1) obtain a variety of information, 2) strengthen relationships among users of the site , 3) release tension, 4) meet emotional needs , and 5) improve self-confidence. The development of relationship made by teenagers is dominantly aimed to search identity information, ideas or thoughts, as well as the address of the user account. The level of development of interpersonal relationships (friendships) through social networking is at 68.7 %. The use of social networking sites which affect the development of adolescent interpersonal relationships in Sidoarjo is at 43.4 % .

Keywords: computer mediated communication, social media, and social penetration

PENDAHULUAN

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.

Hingga kini internet sebagai media komunikasi baru telah berkembang dengan pesat bahkan menjadi semakin populer sejak diluncurkan 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*, *e-mails*, *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*.

Data dari Dirjen Sumberdaya Perangkat Pos dan Informatika Kemen Kominfo menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia menguasai Asia sebesar 22,4 persen. Indonesia merupakan negara peringkat ketiga di Asia untuk jumlah pengguna internet. Penggunaanya sebanyak 55 juta orang dari 245 juta penduduk Indonesia. Jumlah pengguna ini semakin meningkat terutama pada usia muda mulai dari 15-20 tahun dan 10-14 tahun. Indonesia juga tercatat sebagai negara kelima terbesar pengguna Twitter di bawah Inggris. Untuk situs jejaring tercatat sebanyak 44,6 juta pengguna Facebook dan sebanyak 19,5 juta pengguna Twitter di Indonesia (<http://tekno.kompas.com/read/xml/2012/11/01>).

Relasi sosial melalui CMC tidak selamanya berjalan sesuai dengan harapan. Tentu ada dampak positif dan negatif. Salah satu dampak positifnya adalah kisah sukses seorang remaja bernama Habibie Afsyah, yaitu *difable* yang berhasil sukses menjadi *entreprenuer marketer* di dunia maya. Sedangkan dampak negatifnya seperti kasus penipuan gadis remaja yang berujung pada pemerkosaan dan *human trafficking* serta kasus penculikan dan perkosaan terhadap korban oleh sindikat penjual gadis untuk keperluan seks komersial melalui media sosial *facebook* di Depok (<http://edukasi.kompas.com/read/2012/10/11>).

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

dari penggunaanya baik identitas diri, ekspresi wajah, gerak-gerik, intonasi suara, tampilan, atau fisik orang yang diajak berkomunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana penggunaan situs jejaring sosial dalam pengembangan relasi sosial remaja di Sidoarjo?”

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan penggunaan situs jejaring sosial di kalangan remaja, pengembangan hubungan interpersonalnya, dan pengaruh penggunaan situs jejaring sosial terhadap pengembangan hubungan interpersonal remaja di Sidoarjo.

LANDASAN TEORETIS

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. 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. Penggunaannya antara lain sebagai media pembelajaran untuk mengakses berbagai informasi dimana pun berada, hiburan, relaksasi, melupakan masalah, menghilangkan kesepian, mengisi waktu, sebagai kebiasaan, melakukan sesuatu dengan teman atau keluarga. Kecuali itu, komunikasi bermedia komputer dapat meningkatkan hubungan emosional serta kesan antarpribadi (Walter, 2006).

Dari perspektif *uses and gratification*, fungsi media *internet* sebagai media baru dapat digolongkan dalam lima kategori kebutuhan Severin dan Tankard (2005: 357). *Pertama*, fungsi *kognitif*, memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman. *Kedua*, fungsi *afektif*, untuk memenuhi kebutuhan emosional, pengalaman menyenangkan, atau estetis. *Ketiga*, fungsi integratif personal – memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, stabilitas, dan status. *Keempat*, integratif sosial – memperkuat hubungan dengan keluarga, teman, dan lain-lain. *Kelima*, pelepasan ketegangan, yakni fungsi kebutuhan untuk mencari hiburan, relaksasi, menghilangkan kesepian, mengisi waktu luang, dan melupakan masalah rutinitas sehari – hari yang memusatkan pikiran. Aktivitas penggunaan internet di usia remaja menurut hasil kajian Wahyudiono (2012) diantaranya adalah bermain game, mengunduh film/musik/gambar/video, dan aktivitas belajar.

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. 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*, *Crhonymic* adalah komunikasi non-verbal yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana individu melihat, menggunakan, dan menanggapi masalah waktu dalam berinteraksi dengan orang lain.

2. Hubungan Interpersonal

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). Pada tahap pertama, individu membuat kontak dengan

membuat persepsi terhadap individu lain melalui persepsi alat indra baik itu melihat, mendengar, dan membau. Pada tahap awal ini individu akan memberikan persepsinya dan akan memutuskan apakah hubungan akan berlanjut atau tidak. Tahap kedua adalah keterlibatan, yakni tahap pengenalan yang melibatkan di antara individu mengikatkan diri untuk mengenal lebih jauh melalui pengungkapan diri (*self disclosure*). Pengungkapan diri merupakan inti dari perkembangan hubungan (Altman & Taylor, 2006). Melalui tahapan ini, pelaku komunikasi berusaha untuk mengurangi ketidakpastian terhadap individu lain. Tahap ini direalisasikan melalui aktivitas yang dilakukan bersama seperti makan bersama, pergi ke bioskop, dan sebagainya.

Ketiga adalah keakraban. Pada tahap ini individu mengikatkan diri lebih jauh lagi pada individu lain melalui hubungan persahabatan, jalinan asmara, atau pernikahan. Keempat yaitu perusakan. Tahap perusakan merupakan tahap penurunan hubungan ketika ikatan di antara individu melemah. Pada tahap perusakan ini masing-masing individu merasa hubungan yang ada tidak penting yang dipikirkan sebelumnya. Masing-masing individu menjadi semakin jauh, semakin sedikit waktu luang yang dilalui bersama, dan bila bertemu akan saling berdiam diri serta tidak banyak mengungkapkan diri. Kelima, yaitu pemutusan. Tahap pemutusan ikatan ditandai dengan dengan perpisahan ataupun perceraian (dalam pernikahan).

Salah satu cara terpenting untuk membangun hubungan interpersonal adalah melalui komunikasi. Bentuk komunikasi yang sering dilakukan oleh manusia untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain adalah komunikasi interpersonal baik secara pasif, aktif, maupun interaktif (Berger dalam Little John, 2009) . Komunikasi interpersonal merupakan interaksi tatap muka antara dua orang atau lebih dimana pelaku komunikasi dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung isi pesan yang dimaksud. Komunikasi interpersonal dibangun atas dasar pemenuhan kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial seperti kebutuhan untuk menjalin hubungan dan ikatan emosional (afektif eksploaratif) dengan yang lain, kebutuhan untuk pengakuan atas keberadaan dan kemampuannya, kebutuhan untuk dukungan dan persetujuan atas perilaku dan hidupnya, kebutuhan untuk bekerjasama dan saling membantu satu sama lain.

Melalui komunikasi interpersonal individu membangun hubungan sosial dengan sesamanya baik itu dengan anggota keluarga, teman sejawat, teman profesi, atau dengan orang-orang yang dianggap penting dan berpengaruh dalam hidupnya. Dibalik hubungan interpersonal yang dibangun ada motif-motif yang melatarbelakanginya.

Pengembangan hubungan sosial melalui komunikasi di dunia maya hampir memiliki kesamaan tahapan hubungan sosial sebagaimana mestinya dunia nyata. Meski ada perbedaan – perbedaan, tahapan-tahapan di media sosial ini diwakili oleh beberapa sistem media yang menggantikan peran komunikasi verbal dan non-verbal, yakni teks, grafik, image, audio, dan video. Hal ini dikarenakan tidak adanya petunjuk langsung yang berkaitan dengan diri pengguna internet seperti ekspresi wajah, gerak-gerik, intonasi suara, tampilan, atau fisik dari pengguna lain yang diajak berkomunikasi sehingga sulit untuk menafsirkan pernyataan dan tanggapan pengguna lain (Walther, 2006).

Untuk itu kemudian pengungkapan identitas menjadi hal yang sangat penting dalam pengembangan hubungan di dunia maya. Hal ini terkait dengan tingkat kepercayaan dan kedekatan yang hendak dibangun oleh masing-masing individu.

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. Identitas yang ada adalah kode yang mendefinisikan keanggotaan individu dalam komunitas yang beragam. Kode yang terdiri dari simbol, seperti bentuk pakaian dan kepemilikan; dan kata-kata, seperti deskripsi diri atau benda yang biasanya individu katakan; dan makna yang individu dan orang lain hubungkan terhadap benda-benda atau atribut-atribut tersebut.

Pada komunikasi yang dibangun melalui situs jejaring sosial, identitas ini ditunjukkan dengan menggunakan simbol, kata-kata dan makna yang ditampilkan melalui teks, grafik, image, audio, dan video. Identitas diri yang disampaikan meliputi dimensi identitas diri yang bersifat umum berupa identitas fisik individu maupun dimensi identitas khusus berupa pengungkapan perasaan (dimensi afektif), pemikiran (dimensi kognitif), tindakan (behavior), dan transedensi (spiritual). Identitas fisik diungkapkan melalui profil diri, foto, dan video yang dapat menimbulkan daya tarik kepada individu lain. Identitas khusus berupa pengungkapan perasaan dan pemikiran disampaikan melalui pesan teks yang dikirim dari dan pada individu lain. Melalui identitas dan proses pembukaan diri inilah masing-masing individu mencoba untuk mengembangkan hubungannya dengan individu lain melalui daya tarik fisik dan kepribadian sehingga masing-masing individu bisa mendapatkan pandangan dan persepsi terhadap individu lain.

Pada proses komunikasi interpersonal melalui situs jejaring sosial, hubungan interpersonal yang dibangun dengan individu baru bisa berkembang sebagaimana hubungan interpersonal di dunia nyata meskipun masing-masing individu belum pernah berjumpa secara tatap muka sekalipun. Pengguna situs jejaring dapat membangun pertemanan, persahabatan bahkan percintaan dengan bahasa verbal yang dikirimkan melalui situs jejaring. Melalui kedekatan yang dibangun dengan bahasa verbal, individu seolah-olah dapat merasakan interaksi secara langsung dengan teman komunikasinya. Bahkan saat ini sudah jamak dijumpai beberapa hubungan perkenalan di dunia maya berkembang pada hubungan percintaan yang dirasionalisasikan dalam dunia nyata sampai dengan hubungan pernikahan meskipun masing-masing individu belum pernah mengenal sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian eksplanatif ini menggunakan sampel sebanyak seratus responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket yang didistribusikan ke siswa – siswa SMA Sidoarjo di empat lokasi, yakni SMA Negeri 3, SMA Negeri 4, SMA Muhammadiyah 2, dan SMA Kemala 3 Bhayangkari Porong. Pemilihan responden didasarkan pada hasil survei awal yang menunjukkan bahwa 90% siswa – siswa di masing-masing sekolah tersebut termasuk pengguna aktif situs jejaring sosial dalam tiga bulan terakhir. Data yang terhimpun dikoding dan dianalisis dengan statistik deskriptif dan regresi linear.

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa “penggunaan situs jejaring sosial yang meliputi motivasi mengakses, intensitas mengakses, ketersediaan media, waktu mengakses, dan tempat mengakses) secara simultan dan partial berpengaruh positif terhadap hubungan interpersonal remaja di Sidoarjo.

HASIL PENELITIAN

1. Penggunaan Media Sosial

Responden penelitian ini adalah seratus siswa SLTA di Kabupaten Sidoarjo. Responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 44 siswa dan perempuan berjumlah 56 siswa. Adapun dari segi umur, responden berumur 15 tahun berjumlah 8 siswa, 16 tahun berjumlah 37 siswa, 17 tahun 46 siswa, dan 18 tahun 9 siswa (Tabel 1).

Tabel 1: Karakteristik Responden

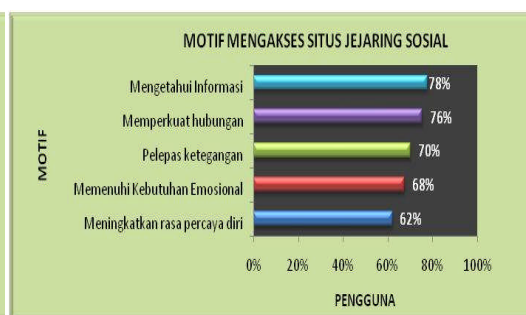
JenisKelamin	F	%
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
TOTAL	100	100

Usia	F	%
15 Tahun	8	8%
16 Tahun	37	37%
17 Tahun	46	46%
18 Tahun	9	9%
TOTAL	100	100

Media jejaring sosial yang acapkali digunakan oleh responden adalah *facebook* (46%), *facebook* dan *twitter* (29%), *twitter* (15%) dan lainnya seperti *line*, *we chat*, *instagram*, dan *whats up* sebesar 10%.



Gambar 2: Media Jejaring Sosial Yang Digunakan oleh Remaja



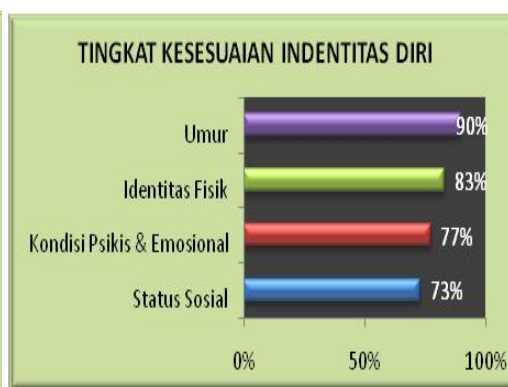
Gambar 3. Motif Mengakses Situs Jejaring Sosial oleh Remaja di Sidoarjo

Motivasi utama responden menggunakan media sosial tersebut diantaranya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai mengenai individu lain (pertemanan) sebesar 78% dan memperkuat hubungan di antara sesama pengguna situs jejaring sosial (76%). Berikutnya adalah melepaskan ketegangan sebesar 70%, memenuhi kebutuhan emosional (68%), dan terakhir meningkatkan rasa percaya diri sebesar 62%. Faktor lain yang memotivasi remaja untuk mengakses media sosial adalah pengembangan hubungan interpersonal. Pengembangan hubungan melalui media sosial menurut mereka adalah 1) relatif lebih mudah dalam pencarian informasi (82%), 2) tidak terbatas oleh ruang dan waktu (81%), 3) penggunaannya yang mudah (75%), 4) tidak adanya batasan status sosial (70%), dan terakhir adalah biaya yang relatif murah (67%).

Intensitas penggunaan situs jejaring sosial oleh remaja yang termasuk kategori jarang sebesar 59%, sering atau tiap hari (25%), dua sampai tiga kali dalam sehari (sangat sering/13%), dan lainnya sebesar 3% menyatakan sangat jarang. Alasan responden jarang berkomunikasi melalui media sosial karena berkomunikasi langsung lebih menarik (52%) daripada lewat jejaring sosial (13%).



Gambar 4: perbandingan penggunaan media sosial dan F2F



Gambar 5: identitas sosial yang terdisplay di media sosial

Identitas merupakan gambaran individu seseorang yang disampaikan ke masyarakat melalui simbol – simbol. Simbol – simbol tersebut dapat berupa profil diri; foto; usia; bentuk pakaian dan kepemilikannya; kata – kata dan makna yang ditampilkan dalam teks, grafik, image, audio, maupun video. Identitas remaja yang ditampilkan di media sosial pada penelitian ini selain usia (90%), juga identitas fisik seperti foto diri, upload kegiatan, dan biodata diri (83%), dan kondisi psikis – emosional saat berkomunikasi sebesar (77%).

Eksplorasi identitas diri dalam penelitian ini berupa foto (77%), ide-ide pemikiran yang ditulis di media sosial (66%), pencarian informasi alamat account dengan (63%). *Self disclosure* di media sosial dapat memberikan informasi sosial kepada individu lain untuk dapat mengembangkan hubungan lebih lanjut hingga pada pertemanan intim yang dirasionalisasikan di dunia nyata (atau mungkin putusanya relasi). Altman dan Taylor (2004) menyebut pengembangan hubungan yang dimulai dari awal basa-basi hingga persahabatan yang akrab dengan istilah penetrasi sosial. Penetrasi sosial adalah proses pengembangan hubungan di antara individu secara bertahap. Hal tersebut diawali dari pengenalan, pengungkapan diri, hingga pada level keakraban di antara keduanya atau bahkan gagalnya relasi yang dikembangkan.

Beberapa faktor penyebab pengembangan hubungan di antara remaja netizen adalah ketertarikan ide-ide dan pemikiran (71%), keinginan untuk menyambung hubungan dengan teman lama (68%), ketertarikan identitas fisik berupa foto diri (66%), dan terakhir sekedar iseng-iseng (60%).

Pada proses pengembangan hubungan, 68% responden melakukan pencarian informasi tentang identitas pengguna lain yang akan dikenalnya. Selanjutnya 59% responden menyatakan bahwa hubungan mereka berkembang menjadi lebih akrab dengan tingkat intensitas hubungan yang lebih sering dilakukan dengan bahasa

yang lebih akrab. Pada proses paling akhir, 50% responden mengaku merasionalisasikan hubungan mereka ke dunia nyata sebagai sahabat (33%), teman curhat (52%), dan kekasih (15%). Proses relasi sosial remaja dari dunia maya berlanjut ke dunia nyata sebesar 18%. Sisanya hanya cukup menjalin pertemanan lewat dunia maya sebesar 82%.

2. Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Hubungan Interpersonal

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial yang meliputi motivasi mengakses, intensitas mengakses, ketersediaan media, waktu mengakses, dan tempat mengakses secara simultan dan *partial* berpengaruh positif terhadap hubungan interpersonal remaja di Sidoarjo.

Tabel 2: Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.680 ^a	.463	.434	10.31333	1.767

a. Predictors: (Constant), Tempat, Akses Media, Motif, Intensitas, Waktu

b. Dependent Variable: Hub Interpersonal

Berdasarkan Tabel 2 dapat dinyatakan bahwa motivasi, intensitas mengakses, ketersediaan media, waktu, dan tempat mengakses secara simultan berpengaruh terhadap hubungan interpersonal di antara remaja sebesar 43,4%. Sedangkan sisanya sebesar 56,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam kajian ini. Pengaruh kelima faktor tersebut diperkuat oleh hasil Uji F yang menunjukkan signifikansi F sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Sedangkan secara *partial*, faktor yang paling berpengaruh terhadap hubungan interpersonal adalah motivasi dengan signifikansi t sebesar 0,001 dan keteraksesan media oleh remaja dengan signifikansi t sebesar 0,098. Faktor lain seperti intensitas/frekuensi mengakses (0,435), waktu pengaksesan (0,120), dan tempat mengakses (0,266) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan interpersonal remaja di Sidoarjo.

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%). Pengembangan hubungan yang dilakukan

remaja lebih dominan pada pencarian informasi identitas diri (77%), ide-ide ataupun pemikiran (66%), serta alamat akun pengguna (63%).

Pengembangan hubungan interpersonal remaja melalui media sosial hingga pada tingkat pertemanan yang akrab di dunia nyata hanya sebesar 18%. Sedangkan pertemanan di dunia maya sebesar 82%. Penggunaan media sosial yang meliputi motivasi dan keteraksesan media oleh remaja berpengaruh terhadap pengembangan hubungan interpersonal remaja di Sidoarjo sebesar 43,4%. Sedangkan intensitas, waktu, dan tempat mengakses tidak berpengaruh terhadap hubungan interpersonal remaja.

DAFTAR RUJUKAN

- 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 Griffin. *A First Look at Communication Theory*. Mc Graw Hill International Edition. Sixth edition.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Edisi Ke-5. Jakarta: Professional Books.
- Juditha, Cristiany. 2011. “Hubungan Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja di Kota Makassar”. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*. (On line). [http:// isjd.pdii.lipi.go.id/pdf](http://isjd.pdii.lipi.go.id/pdf). (diakses tanggal 23 Januari 2013)
- Littlejohn, Stephen W, Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Severin, Werner & James W. Tankard, Jr. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi Ke-5. Jakarta: Kencana.
- Wahyudiono. 2012: 1. “Aktivitas Penggunaan Internet Berdasar Usia”. *Komunika*. Jurnal Komunikasi, Media, dan Informatika. Volume 1, No 1/ April 2012.
- Walther, Joseph. 2006. “Social Information Processing Theory”. dalam EM Griffin. *A First Look at Communication Theory*. Mc Graw Hill International Edition. Sixth edition.
- <http://tekno.kompas.com/read/xml/2012/11/01/1110452/Pengguna.Internet.id.Indonesia.Capai.55.Juta>. (diakses tanggal 11 Januari 2013)
- <http://edukasi.kompas.com/read/2012/10/11/00510559/Sekolah.Perlu.Antisipasi.Penculikan.Lewat.Dunia.Maya>. (diakses tanggal 11 Januari 2013)