



ISSN 2597 - 9841

MEDIAKOM

JURNAL ILMU KOMUNIKASI
Volume 2, Nomor 1, Januari - Juni 2018

Studi Etnomedia Pada Media Sosial dan Budaya Lokal

Bianca Virgiana

Media Sosial dan Perubahan Perilaku Bahasa

Septiana Wulandari

Literasi Media dan Penangkalan Hoax (Studi Fenomenologi Vaksin Campak Rubella)

Noviawan Rasyid Ohorella, Aldo Aditya Putra, Kris Widya Palupi, Dinda Rakhma Fitriani

Cyberbullying Attacks On Social Media: Do They Change Self Concept?

Fitriani, Nuke Farida, Ocvita Ardhiani

Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories dan Interface Design Instagram Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

Ade Ahmad Fathoni

Diterbitkan oleh:
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Gunadarma - Jakarta

DEWAN REDAKSI JURNAL MEDIAKOM

Penanggung Jawab

Prof. Dr. E.S. Margianti, S.E., M.M.

Prof. Suryadi Harmanto, SSI., M.M.S.I.

Drs. Agus Sumin, M.M.S.I.

Dewan Editor

Dr. Dinda Rakhma Fitriani, S.I.Kom., M.I.Kom., Universitas Gunadarma

Dr. Edi Prihantoro, S.S., M.M.S.I., Universitas Gunadarma

Dr. Kiayati Yusriah, M.I.Kom., Universitas Gunadarma

Ocvita Ardhiani, S.I.Kom., M.Si., Universitas Gunadarma

Reviewer

Dr. RR. Wahyuni Choiriyati, S.Sos., M.Si., Universitas Pertamina

Prof. Dr. Hj. Mien Hidayat, M.S., Universitas Padjadjaran

Dr. Mulyanti Syas, M.Si., UIN Imam Bonjol

Edy Susilo, M.Si., UPN "Veteran" Yogyakarta

Dr. Aan Widodo., S.I.Kom., M.I.Kom., Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Sekretariat Redaksi

Universitas Gunadarma

mediakom@gunadarma.ac.id

Jalan Margonda Raya No. 100 Depok 16424

Phone : (021) 78881112 ext 516.

MEDIAKOM

VOLUME 2, NOMOR 1, JANUARI-JUNI 2018, HALAMAN 172-218

DAFTAR ISI

172 – 180

Studi Etnomedia Pada Media Sosial dan Budaya Lokal

Bianca Virgiana

181 – 188

Media Sosial dan Perubahan Perilaku Bahasa

Septiana Wulandari

189 – 195

Literasi Media dan Penangkalan *Hoax* (Studi Fenomenologi Vaksin Campak Rubella)

Noviawan Rasyid Ohorella, Aldo Aditya Putra, Kris Widya Palupi, Dinda Rakhma Fitriani

196 – 205

Cyberbullying Attacks On Social Media: Do They Change Self Concept ?

Fitriani, Nuke Farida, Ocvita Ardhiani

206 – 218

Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* Instagram Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

Ade Ahmad Fathoni

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 Dalam (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.

MEDIA SOSIAL DAN PERUBAHAN PERILAKU BAHASA

Septiana Wulandari

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Baturaja

Jl. Ki Ratu Penghulu No. 02301 Karang Sari 32115

Email: septianawulandari83@gmail.com

Abstrak

Media sosial mempunyai pengaruh terhadap individu, yang menjadi permasalahannya adalah seberapa besar dan kuatkah pengaruh media pada individu, hal ini dapat dilihat dari bagaimana kemampuan individu dalam menggunakan media sosial termasuk dalam mengutarakan pendapat atau gagasan dalam pikirannya. Kebebasan dalam interaksi di media sosial memberi kesempatan bagi pengguna untuk memberikan umpan balik (*feedback*) terhadap apa yang diberikan dalam bentuk *comment*, *like*, dan sebagainya. Pengaruh yang di dapat dari media sosial tidak hanya pada tingkat kognitif saja tetapi sampai pada tingkat perilaku, termasuk pada perilaku bahasa. Perkembangan perilaku bahasa pada individu di era informasi kuat dipengaruhi oleh bagaimana lingkup interaksi yang biasa dilakukan, salah satunya adalah interaksi individu dalam dunia virtual yaitu di jejaring media sosial.

Kata Kunci: Media sosial, perilaku bahasa.

Abstract

Social media has an influence on individuals, the problem is how much and how strong the influence of media on individuals, this can be seen from how the individual's ability use the social media is included in expressing opinions or ideas in his mind. Freedom in interaction on social media provides an opportunity for users to provide feedback on what is given in the form of comments, likes, and soon. The influence gained from social media is not only at the cognitive level but also at the level of behavior, including language behavior. The development of language behavior in individuals in the information age is strongly influenced by how the usual scope of interaction, one of which is the interaction of individuals in the virtual world, namely on social media networks.

Keywords: social media, language behavior.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi yang mengusung adanya perubahan kehidupan sosial masyarakat saat ini tidak dapat lagi dihindari. Kehadiran teknologi internet yang kemudian memunculkan berbagai kemudahan dalam bidang teknologi komunikasi membuat pola kehidupan masyarakat juga semakin tergantung pada teknologi-teknologi yang ada. Salah satunya fenomena kehadiran media sosial yang semakin hari menjadi sebagai salah satu kebutuhan primer bagi kehidupan masyarakat modern. Media sosial merupakan sebuah keniscayaan dalam perkembangan sejarah hidup manusia yang sudah membuat perubahan dalam proses komunikasi antar manusia.

Proses komunikasi yang sebelumnya dilakukan secara *face to face* atau tatap muka, komunikasi dalam kelompok, komunikasi massa, menjadi berubah secara drastis dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dewasa, khususnya internet. Perubahan tersebut nantinya akan membawa konsekuensi-konsekuensi pada proses komunikasi termasuk pada perilaku bahasa individu para pelaku komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat personal, kelompok sampai pada tingkat kelembagaan.

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi dalam kemunculan media baru (*new media*). McQuail menyatakan bahwa media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Sebagaimana dapat dilihat media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan, tetapi kita tertarik pada media baru dan penerapannya yang dalam berbagai wilayah memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung atau tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa tradisional (McQuail, 2012:148).

Media Baru (*New Media*) adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan kemunculan teknologi digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, *online social network*, *online forum* dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Menurut Maggie Rudy Pranata (2014), media baru termasuk media sosial mempunyai pengaruh dalam berbagai bentuk komunikasi, terutama bagi proses komunikasi

massa. Jika media lama seperti surat kabar, televisi, dan radio membutuhkan produksi dalam waktu yang relatif lama, proses penyebarannya masih lambat, serta dibatasi oleh ruang dan waktu, dengan media baru semua batasan itu dapat teratasi. Selain proses produksi dan penyebarluasannya yang sangat cepat, media baru termasuk media sosial mampu memberikan aspek *hipertekstualitas* dimana mampu menghubungkan para pengguna dengan berbagai link yang bersangkutan dengan isi informasi, lalu *multimedialitas* dengan memberikan informasi dalam berbagai format baik itu teks, audio, maupun video, dan yang paling penting adalah *interaktivitas*, dimana media baru mampu memberikan kebebasan bagi pengguna untuk memberikan umpan balik (*feedback*) terhadap apa yang diberikan dalam bentuk *comment*, *like*, dan sebagainya.

Media sosial merupakan sebuah media yang dapat digunakan untuk bersosialisasi antara satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan individu untuk saling berinteraksi tanpa ada batasi ruang dan waktu. Media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak di antara individu, dan tidak peduli siang atau pun malam. Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan media sosial.

Apabila individu dapat memanfaatkan media sosial dengan baik maka akan banyak sekali dampak positif yang dapat diperoleh. Misalnya sebagai media untuk memperlancar dalam dunia perdagangan atau pemasaran, mencari koneksi, memperluas pertemanan dan lain sebagainya. Tetapi apabila individu yang terbalik posisinya yaitu pada posisi yang dimanfaatkan oleh media sosial baik secara sadar atau tidak sadar serta secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan didapat seperti kecanduan, mengalami kesulitan berinteraksi di dunia nyata, serta pola pikir yang instan karena terbiasa dengan segala sesuatu aplikasi yang memberi kemudahan dan percepatan.

Bentuk *feedback* atau umpan balik yang diberikan dari para pengguna media sosial tentunya dibuat sesuai dengan keinginan dari para pengguna media sosial itu sendiri. Feedback yang diberikan salah satunya berupa komentar yang tersedia pada kolom aplikasi di media sosial. Penyampaian komentar menggambarkan ekspresi dari pengguna media sosial, hal ini dapat dilihat dari cara pemilihan bahasa yang digunakan. Kehadiran media sosial dengan segala keberagaman yang ada di dalamnya menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan kata bagi para penggunanya. Semakin banyak pembendaharaan kata yang dimiliki maka individu semakin mempunyai banyak cara untuk memberikan simbol berupa

kata-kata dari apa yang ada dalam pikirannya. Ekspresi diri yang tertuang dalam bahasa yang digunakan banyak dipengaruhi dari bagaimana aktivitas interaksi yang biasa dilakukan, termasuk interaksi di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan mengkaji fenomena perilaku bahasa yang terjadi dalam media sosial terutama pada lingkup *virtual reality*. Kajian tentang media sosial adalah kajian yang banyak mendapat perhatian dari para peneliti di perguruan tinggi. Hal ini di karenakan bahwa proses dampak dari fenomena terkait dengan media sosial akan sangat luar biasa di era informasi ini. Sementara di Indonesia sudah semakin banyak masyarakat Indonesia yang terlanjur memanfaatkan media sosial tersebut untuk proses komunikasi. Para pengguna media sosial banyak yang tidak menyadari atau mengetahui konsekuensi dan dampak media sosial dalam perubahan perilaku mereka termasuk dalam perilaku berbahasa. Dalam pikiran mereka, yang penting bisa berkomunikasi secara efisien dan efektif, mendapatkan kepuasan diri, menjalin relasi dalam dunia virtual, tidak lebih dari itu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003). Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik. Perilaku juga dapat diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi 2, yakni dalam bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit), dan dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit). Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup (Soekidjo Notoatmodjo, 1987:1).

Bahasa menurut (Depdiknas, 2005: 3) pada hakikatnya adalah ucapan pikiran dan perasan manusia secara teratur, yang mempergunakan bunyi sebagai alatnya. Menurut Harun Rasyid, Mansyur & Suratno (2009: 126) bahasa merupakan struktur dan makna yang bebas dari penggunaannya, sebagai tanda yang menyimpulkan suatu tujuan, sedangkan

bahasa menurut kamus besar Bahasa Indonesia (Hasan Alwi, 2002: 88) bahasa berarti sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang digunakan oleh semua orang atau anggota masyarakat untuk bekerjasama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri dalam bentuk percakapan yang baik, tingkah laku yang baik, sopan santun yang baik. Berdasarkan beberapa pengertian bahasa tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian bahasa adalah sistem yang teratur berupa lambang-lambang bunyi yang digunakan untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran bahasa tersebut.

Kramsch menyatakan bahwa bahasa bukan sekedar alat komunikasi. Namun melalui bahasa kebudayaan pemilik bahasa dapat diketahui, karena realitas kultural diungkapkan, diwujudkan dan dilambangkan. Piaget, (Chaer, 2003:52-58). seorang sarjana Perancis, menyebutkan bahwa budaya (pikiran) akan membentuk bahasa seseorang, perilaku bahasa juga alat atau perwujudan budaya yang digunakan manusia untuk saling berkomunikasi atau berhubungan, baik lewat tulisan, lisan, ataupun gerakan (bahasa isyarat), dengan tujuan menyampaikan maksud hati atau kemauan kepada lawan bicaranya atau orang lain.

Perilaku berbahasa adalah sikap mental seseorang dalam memilih dan menggunakan bahasa. Pada dasarnya seseorang bebas memilih bahasa dan bebas pula menggunakan bahasa itu. Kebebasan ini merupakan bagian tertentu dari hak asasi manusia. Meskipun seseorang bebas memilih dan menggunakan bahasa, tetapi ternyata banyak faktor yang membatasi seseorang dalam memilih dan menggunakan bahasa tersebut. Seseorang harus mengakui ketidakmampuannya dalam berbahasa, kedudukannya sebagai anggota keluarga, anggota kelompok, anggota masyarakat, juga terhadap perjanjian sosial dan situasi lingkungannya.

Teori Penyusunan Tindakan

Teori penyusunan tindakan dikembangkan oleh John Greene, teori ini menguji cara individu mengatur pengetahuan dalam pikiran seseorang dan menggunakannya untuk membentuk pesan. Menurut teori ini individu membentuk pesan dengan menggunakan kandungan pengetahuan dan pengetahuan prosedural. Secara spesifik, pengetahuan prosedural terdiri dari urat syaraf yang berhubungan dengan perilaku, akibat, dan situasi. Rekam procedural adalah sekumpulan hubungan diantara syaraf dalam sebuah jaringan tindakan yang sebagiannya adalah hubungan otomatis.

Menurut teori ini, kapan pun individu bertindak, maka ia harus menyusun hubungan perilaku dari prosedur catatan yang tepat. Ritual salam adalah contoh yang bagus untuk cara ini. Individu menyusun prosedur yang dianggap penting untuk meraih semua objektif ini, dan hasilnya adalah sebuah representasi mental untuk serangkaian

tindakan yang terkoordinasi. Model mental ini adalah representasi keluaran (*Output representation*), ini adalah “rencana” pikiran individu yang menyimpan apa yang akan dilakukannya terhadap situasi yang dihadapi. Masing-masing dari semua syaraf yang aktif ini adalah bagian dari variasi prosedur pencatatan. Semua ini menyatu dengan apa yang Greene sebut sebagai koalisi (*coalition*). Tidak ada satu tindakan pun yang dapat berdiri sendiri. Setiap tindakan melibatkan tindakan lainnya dalam suatu cara atau cara lainnya. Proses penyusunan tindakan tidak hanya membutuhkan pengetahuan dan motivasi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mendapatkan kembali serta mengatur tindakan secara efisien dengan cepat.

Media Sosial dan Perilaku Bahasa

Bahasa dan pola interaksi pada media sosial terjalin sedemikian rupa sehingga orang-orang di masyarakat tidak dapat hidup tanpa menggunakan keduanya. Bahasa digunakan untuk mengekspresikan ide-ide seseorang sehingga mengekspresikan pandangan dunia dari pola interaksi itu. Interaksi pada media sosial dan juga budaya, lingkungan, serta variasi manusia dibahas dalam fenomena interaktif dimana orang mengembangkan pikiran, tindakan, dan cara mengekspresikan perasaan. Dalam hal ini, interaksi media sosial digambarkan sebagai totalitas perilaku belajar dari orang yang muncul dari transaksi interaksi media sosial.

Bahasa juga merupakan bentuk realitas dari sebuah budaya interaksi virtual. Bahasa memang bukan milik suatu masyarakat tertentu yang telah dipatenkan untuk masyarakat tertentu pula. Masyarakat penutur bahasa, bebas untuk memilih dan menggunakan bahasa yang diinginkannya dalam berinteraksi, termasuk pada interaksi di media sosial. Namun, apabila melihat fakta bahwa perilaku bahasa merupakan bentuk entitas dari sebuah budaya atau pola interaksi yang sering dilakukan, sudah sewajarnya masyarakat penutur bahasa bertingkah laku sesuai dengan wujud bahasa yang ada dalam budaya interaksinya.

Terdapat adanya hubungan antara perilaku berbahasa dengan sikap mental para penuturnya. Maka pada pengguna media sosial aktif perilaku berbahasa mereka akan terpengaruh. Buruknya kemampuan filter media sosial sebagian besar orang Indonesia, sehingga belum dapat mensikapi dengan baik semua fenomena yang ada di media sosial, sehingga penyerapan makna akan pesan tidak bisa di cerna dengan baik, maka dampak negatif dari media sosial akan mudah merubah individu pengguna media sosial. Adapun dampak negatif tersebut diantaranya suka meremehkan mutu, mental menerabas, tuna harga diri, menjauhi disiplin, tidak bertanggung jawab, dan suka latah atau ikut-ikutan. Khusus pada sikap yang mencerminkan tuna harga diri menunjukkan sikap yang tidak

menghargai milik diri sendiri, tetapi sangat menghargai diri orang lain. Sikap ini tercermin dalam perilaku berbahasa yang disebabkan rasa ingin selalu menghargai orang asing, maka menjadi individu yang berbahasa tidak seperti bahasa yang tercermin dalam budayanya.

Berdasarkan teori penyusunan tindakan, menurut teori ini individu membentuk pesan dengan menggunakan kandungan pengetahuan dan pengetahuan prosedural. Secara spesifik, pengetahuan prosedural terdiri dari urat syaraf yang berhubungan dengan perilaku, akibat, dan situasi. Rekam prosedural adalah sekumpulan hubungan diantara syaraf dalam sebuah jaringan tindakan yang sebagiannya adalah hubungan otomatis.

Rekam prosedural pada pengguna media sosial terjadi pada saat mereka aktif menggunakan media sosial. Semua bentuk interaksi yang di lakukan selama di berselancar di dunia maya secara sadar atau tidak sadar akan menjadi pengalaman panca indera yang akan terekam dalam memori dan ingatan. Memori yang tersimpan akan membimbing individu dalam berpikir termasuk dalam tindakan menyampaikan pesan, dan tentunya terkait dengan perilaku bahasa yang akan dilakukan. Seberapa jauh pemahaman seseorang dalam menggunakan media sosial maka akan mempengaruhi perilaku bahasanya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku bahasa seorang pengguna media sosial di pengaruhi bagaimana kemampuan individu dalam mengkonsumsi media sosial serta pola interaksi yang biasa di lakukan sebagai pengguna media sosial. Seberapa jauh pemahaman seseorang dalam menggunakan media sosial maka akan mempengaruhi perilaku bahasanya.

Melihat begitu dekatnya media sosial dengan kehidupan manusia serta dampak yang sangat besar dalam kehidupan manusia maka sebagai pengguna media sosial hendaknya dapat lebih cerdas dalam menggunakan media sosial, sehingga perubahan perilaku yang terjadi tidak akan terjerumus pada hal yang merugikan, termasuk pada perilaku bahasa, karena perilaku bahasa juga mencerminkan gambaran pribadi yang akan menentukan kualitas komunikasi dalam kehidupan manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Baran, Stanley J. And Davis, Dennis K. 2000. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and Future*, (2nd ed.). Wadsworth.

Badara, Aris. (2012). *Analisis Wacana Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenade Media Group

Berger, Peter L and Thomas Luckman. (1966). *The Social Construction of Reality*. USA: Fletcher n Son Ltd.

Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori dan Praktek*. Penerjemah: Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Burton, Graeme. 2008. *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*. Penyunting: Alfathri Adlin. Yogyakarta: Jalasutra

Fromm, Erich. 1997. *Lari Dari Kebebasan*. Penerjemah: Kamdani. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*. Penerjemah: Galih Bondan Rambatan. Yogyakarta, Jalasutra.

Chaer, Abdul. 2003. *Linguistik Umum*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.

Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*. Penerjemah: Galih Bondan Rambatan. Yogyakarta, Jalasutra.

Littlejohan, Stephen dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Penerjemah: Muhammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika

McQuail, Denis. 2005. *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publication. 2012. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Penerjemah: Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.

Notoatmodjo, Soekidjo 2010, *Etika & Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta

Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010).

Pranata, Maggie Rudy. 2014. "Media Baru dan Komunikasi Sosial: New Era, New Media" dalam <http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologikomunikasi/1230-media-baru-dan-komunikasi-sosial-new-era-new-media>
Diterbitkan 27 April 2014

Literasi Media dan Penangkalan *Hoax*

(Studi Fenomenologi Vaksin Campak Rubella)

¹Noviawan Rasyid Ohorella

²Aldo Aditya Putra

³Kris Widya Palupi

⁴Dinda Rakhma Fitriani

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma (Email: noviawan_ohorella@yahoo.com)

²Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma (Email: aldoadityaaditya@gmail.com)

³Fakultas Ilmu Komunikasi niversitas Gunadarma (Email: kriskeane15@gmail.com)

⁴Fakultas Ilmu Komunikasi niversitas Gunadarma (Email: rakhma.dinda@gmail.com)

Jalan Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

Abstrak

Penelitian ini dilakukan atas dasar tujuan untuk mengetahui seberapa pahamnya masyarakat terhadap dampak virus campak rubella yang dimaksud. Dengan melakukan metode fenomenologi, peneliti berusaha mengungkapkan dan juga menganalisa bagaimana para pihak terkait dalam menjamin kesuksesan vaksinasi campak rubella yang sarat akan krisis baik melalui berita *hoax* maupun kurangnya pendekatan pemahaman kepada Masyarakat (sosialisasi). Fenomenologi menggambarkan bahwa banyak sekali kekurangan yang didapat sehingga menimbulkan persepsi masyarakat yang pro maupun kontra terhadap vaksinasi, padahal kegiatan ini merupakan bagian dari kerjasama Kementerian Kesehatan Indonesia dengan The Global Measles and Rubella Strategic Plan 2012 – 2020 untuk menuntaskan permasalahan yang ada di Indonesia. Semuanya berkaitan dengan bagaimana peningkatan literasi media dalam persepsi masyarakat dan meminimalisir berita *hoax* yang berkembang pesat tanpa ada dasar acuan dalam informasi yang disampaikan. Vaksinasi campak rubella adalah bagian dari strategi kampanye kesehatan dan wajib bagi masyarakat namun terkendala dengan pemberitaan *hoax* yang seakan memberikan kabar menyimpang sehingga timbul ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksinasi bersangkutan.

Kata Kunci: Media, Hoax, Campak, Rubella, Kesehatan

Abstract

This research was carried out on the basis of the aim to find out how the community understands the impact of the rubella measles virus in question. By carrying out the phenomenology method, the researcher tried to reveal and also analyze how the parties involved in guaranteeing the success of rubella measles vaccination that is full of crisis both through hoax news and the lack of a sound approach to the community (socialization). Phenomenology illustrates that there are so many shortcomings that are obtained that it raises the public's perception of the pros and cons of vaccination, even though this activity is part of the collaboration of the Indonesian Ministry of Health with the Global Measures and Rubella Strategic Plan 2012-2020 to solve problems in Indonesia. Everything is related to how to increase media literacy in people's perceptions and minimize the rapidly growing hoax news without any reference in the information conveyed. Rubella measles vaccination is part of the health campaign strategy and is mandatory for the community but is constrained

by hoax reporting as if giving distorted news so that public distrust arises over the vaccination concerned.

Keywords: *Media, Hoax, Measles, Rubella, Health*

PENDAHULUAN

Hoax atau yang sering kita kenal dengan pemberitaan palsu yang tidak berdasar pada kenyataan, seringkali memberikan kesesatan, sekaligus menggerogoti landasan pemikiran masyarakat. *Hoax* muncul dan berkembang secara cepat karena demokratisasi media kian menjadi di Indonesia, mungkin generasi milenial maupun generasi lanjut usia menjadi korban tipu daya dari *hoax* yang dimaksud. Dilematisasi adalah bentuk dari ketidakwajaran *hoax* yang terus memberikan terpaan secara berkala pada siapapun, pola pikir masyarakat yang sempit dan kepercayaannya terhadap sebuah isu tanpa mencari tahu faktanya yang kadang membuat pro-kontra terjadi dimana-mana.

Literasi media adalah pendidikan yang mengajari khalayak agar memiliki kemampuan menganalisa pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial/bisnis dan politik sehingga mereka mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media (Rochimah, 2011, p. 28). Apabila masyarakat sadar dan mampu meredam penyakit *Hoax*, mungkin saja berita yang diedarkan tidak laku dan justru semakin menyudutkan oknum-oknum penyebar *Hoax*. Lagi-lagi kita berbicara tingkat kepercayaan dan tingkat validasi yang menyatu dengan kehidupan sosial masyarakat, momok yang sungguh menakutkan adalah ketika masyarakat malas membaca, yang akhirnya terpaku pada satu informasi laman pemberitaan saja. Padahal seharusnya sebagai masyarakat yang melek terhadap internet dan teknologi, sudah seharusnya referensi terhadap satu konten berita minimal harus lebih dari tiga laman pemberitaan. Inilah yang menjadikan “perkembangbiakan” *Hoax* sangat pesat dan sulit diredam.

Hoax menjadi parasit yang wajib dituntaskan, namun langkah konkrit dalam menanggulangi seluruh permasalahan tersebut masih menemui kebuntuan, yang menjadikan semua ini tertahan di persimpangan jalan. Intinya seluruh lapisan masyarakat harus terelaborasi dan bekerjasama dengan pemerintah, pemuka agama dan adat. Dengan tujuan untuk memperkecil ruang gerak para petualang *Hoax* dengan meningkatkan literasi dalam menangkal *Hoax* yang ada. Sesuai dengan laporan yang disampaikan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara di Kantor Kepresidenan bahwasanya selama Tahun 2016 Kemenkominfo telah memblokir

setidaknya sebanyak 848 Konten penipuan atau *Hoax*. Seorang pengguna yang melekat media akan berupaya memberi reaksi dan menilai suatu pesan media dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab (Zamroni & Sukiratnasari, 2011, p. 84).

Hoax menyerang banyak sekali institusi terutama pemerintah salah satunya Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang merupakan institusi resmi pemerintah dalam menggerakkan pembangunan nasional berwawasan kesehatan, mendorong kemandirian masyarakat untuk hidup sehat, memelihara dan meningkatkan upaya kesehatan yang bermutu, merata dan terjangkau dan meningkatkan serta mendayagunakan sumber daya kesehatan. Inilah yang menjadikan oknum-oknum penyebar berita *Hoax* mudah untuk berulah ketika Kementerian Kesehatan akan mengadakan Vaksinasi Campak dan Rubella secara serentak di beberapa kota-kota besar di Indonesia, mengalami sedikit ganjalan yang berdampak besar atas suksesi vaksinasi yang ada. Pemberitaan *Hoax* seputar Vaksin yang digunakan mengandung babi dan memiliki efek samping yang luar biasa, tidak hanya pasien tetapi masyarakat luas dan hingga menjadi isu nasional. Inilah yang menjadi pro dan kontra di kalangan masyarakat, vaksinasi Campak dan Rubella ini diadakan pada periode bulan Agustus dan September 2017. Pemberitaan *Hoax* mengenai isu penggunaan kandungan babi yang ada di vaksin campak dan rubella, sama sekali tidak ada karena vaksin campak dibuat dalam janin embrio ayam sedangkan vaksin rubella dibuat melalui sel manusia, sehingga untuk keharaman vaksin sangat tidak berdasar. Kemudian dalam kaitannya dengan efek samping yang menjadi pemberitaan *Hoax* kedua ialah sama sekali tidak ada dengan perbandingan yang sangat jauh, ketika kasus di salah satu daerah yang mengalami kelumpuhan setelah melakukan vaksinasi sangat tidak berdasar.

Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana masyarakat secara sadar dan aktif dalam memahami virus campak rubella terutama dampak yang ditimbulkan, karena dengan memahami esensi yang ada mampu memberikan sebuah stimulus bahwa dalam keterkaitan ini ada hal pencegah yang tak lain adalah melakukan vaksinasi campak rubella. Literasi media semakin penting dan strategis karena sebagai wadah pembelajaran masyarakat dalam memahami realitas yang berhembus baik di lingkungan tempat tinggal maupun lingkungan lainnya. Sehingga polemik yang terjadi dengan pro-kontra vaksinasi campak rubella mereda dan kabar *hoax* yang timbul dapat diminimalisir perkembangan penyajian informasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah paradigma konstruktivis yang mengasumsikan individu-individu selalu berusaha memahami dunia dimana mereka hidup dan bekerja. Mengembangkan makna-makna subjektif atas pengalaman mereka, makna-makna yang diarahkan pada objek tertentu (Creswell, 2013: 11). Ini sesuai dengan apa yang diteliti bagaimana masyarakat melakukan penetrasi antara hubungan dirinya dengan individu lain bahkan lingkungan yang dikaitkan dengan kampanye vaksinasi campak rubella. Mulai dari bahaya dan ketidak halalnya vaksin bagi tubuh manusia.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti berusaha membangun makna tentang suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari para partisipan. Untuk penelitian kualitatif, peneliti berusaha menyelidiki suatu isu yang berhubungan dengan individu-individu tertentu dengan mengumpulkan cerita-cerita dari individu tersebut (Creswell, 2013: 24). Keterkaitan yang dimaksud disini adalah bagaimana isu mampu dimaknai secara beragam oleh masyarakat yang menimbulkan pro-kontra, sehingga vaksinasi yang dilakukan juga kurang efektif, walaupun berhasil dilaksanakan.

Studi Fenomenologi dikaitkan dengan bagaimana Individu dapat menginterpretasikan apapun bentuk yang dapat dicerna dari lingkungan sosialnya, kadang dalam fenomenologi ada sebuah pemaknaan konotasi yang terus berangsur terpikirkan karena diterpa oleh apa yang ditangkap oleh diri. Literasi media dan meminimalisir berita *hoax* untuk menghadapi kejadian seperti ini. Literasi yang dimaksud untuk bagaimana mengedukasi masyarakat terhadap apa yang akan disampaikan dan mengurangi *hoax* dari segi mekanisme pemerintah dan wawasan luas dari Masyarakat itu sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Alur Retribusi terkait Vaksinasi

Terkait dengan kampanye vaksinasi campak rubella adalah sebuah pemahaman konotasi yang terbranding oleh bagaimana pesan disampaikan oleh media, secara baik atau tidak. Dalam artian *hoax* atau kebenaran yang realitas terjadi. Semua kembali pada bagaimana masyarakat mampu menelaah apa yang harusnya dipahami untuk dijadikan acuan dalam bersikap dan menentang sesuatu hal yang mungkin saja keliru.

Millennial yang dimaksud adalah masyarakat pada umumnya yang sudah terkoneksi oleh terpaan media secara berangsur-angsur. Sehingga esensi kebenaran adalah hal yang cukup sulit untuk dicapai dalam sebuah kejadian atau aktifitas positif.

Pendekatan yang dipakai adalah menggunakan Teori Atribusi, dimana asumsi yang dipakai adalah alasan mengapa seseorang perlu melakukan sesuatu. Perilaku atau tindakan ini adalah bagian dari konotasi terhadap permasalahan yang terjadi terhadap sebuah aktivitas sehingga seringkali terjadi sesuatu yang dilakukan diluar apa dari dampak positif aktivitas tersebut. Dikarenakan vaksinasi campak rubella adalah sebuah langkah pencegahan bahwa mengurangi angka kematian akibat terdeteksi atau terpapar dari virus campak maupun rubella. Apalagi indonesia termasuk negara yang rentang terkena kedua virus tersebut.

Penelitian ini juga menganggap bahwa ada kekurangan yang terjadi dalam kampanye dan pelaksanaan vaksinasi campak rubella, sehingga ada beberapa hal yang harus diperbaiki untuk bagaimana mengefisiensi aktivitas berikutnya agar tidak terjadi pro-kontra atau kesalah pahaman dalam kampanye dimaksud. Sehingga kalimat efektif yang dapat membantu mengedukasi masyarakat sebelum adanya realisasi vaksinasi adalah dengan memperkenalkan sebuah program “VAKSINASI: AMAN, HALAL, BERMANFAAT”, diperlukan strategi yang mencakup alasan mengapa seseorang perlu melakukan sesuatu (teori atribusi), dalam konteks ini adalah melakukan Vaksinasi Virus Rubella, yang jika strategi tersebut diurutkan akan membentuk urutan sebagai berikut :

“3W”



Gambar 2. Taktik Kampanye Vaksinasi Campak Rubella

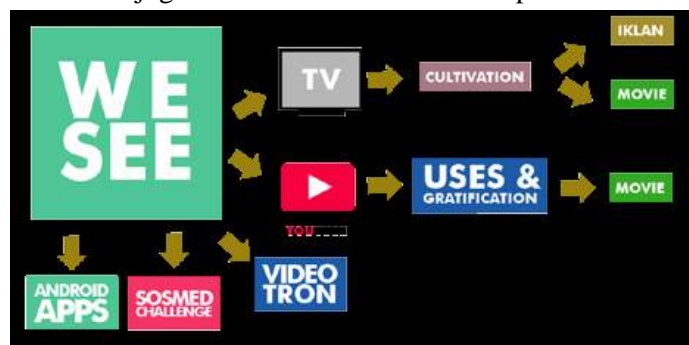
WE SEE (Kita Lihat) dimaknai sebagai taktik agar masyarakat dapat melihat kebenaran tentang Fenomena Campak dan Rubella, karena sasaran utama dalam vaksinasi campak rubella ini adalah millennial (masyarakat), maka konten *WE SEE* harus menyesuaikan dengan sasaran terkait. Seperti dibuat dalam bentuk digital (visual), dipublikasikan melalui media millennial, dan membuat konsep yang kuat untuk menarik perhatian millennial untuk memberikan *feedback*.

WE KNOW (Kita Tahu) merupakan tahap penekanan alasan mengapa masyarakat perlu melakukan vaksinasi campak rubella. Pada saat masyarakat telah mengetahui

kebenaran tentang fenomena campak rubella, selanjutnya masyarakat perlu digiring untuk melakukan vaksin. Pada tahap ini terdapat visualisasi persuasi vaksinasi campak rubella. Contohnya, membuat *Scene film* yang secara tidak langsung mengajak Vaksinasi.

WE DO (Kita Lakukan) Pada tahap ini barulah masyarakat dan praktisi pemberian vaksin melakukan apa yang telah didapat dari tahap *WE SEE* dan *WE DO*. Tidak hanya sekedar vaksinasi, tetapi juga melakukan vaksinasi sesuai prosedur yang berlaku.

Selanjutnya terkait dengan bagaimana yang harus dilakukan dalam menanggulangi kabar *hoax* adalah literasi media dan meminimalisir kabar tidak benar, dimana harus ada pencanangan media yang diajak bekerjasama dalam mengedukasi Masyarakat terkait vaksinasi campak rubella. Seperti menumbuhkan persepsi bahwa “Orang yang sehat adalah orang yang telah melakukan vaksinasi campak rubella”. Baik di media cetak, elektronik, dan media sosial yang semuanya memiliki terpaan yang efektif terhadap masyarakat. Sebagai tujuan edukasi dan juga wadah kebenaran dalam terpaan berita *hoax*.



Gambar 3. Kerangka Literasi Media dalam Sebuah Isu



Gambar 4. Pola Perubahan Persepsi Masyarakat terhadap Sebuah Isu

Fenomenologi menurut Polkinghorne (Creswell,1998) Studi yang menggambarkan arti sebuah pengalaman hidup untuk beberapa orang tentang sebuah konsep atau fenomena. Orang-orang yang terlibat dalam menangani sebuah fenomena melakukan eksplorasi terhadap struktur kesadaran pengalaman hidup manusia. Sedangkan menurut Husserl (Creswell, 1998) peneliti fenomenologis berusaha mencari tentang hal-hal yang perlu

(esensial), struktur invarian (esensi) atau arti pengalaman yang mendasar dan menekankan pada intensitas kesadaran dimana pengalaman terdiri hal-hal yang tampak dari luar dan hal-hal yang berada dalam kesadaran masing-masing berdasarkan memori.

SIMPULAN DAN SARAN

Vaksinasi campak rubella yang dilakukan di Indonesia dibawah naungan Kementerian Kesehatan adalah sebuah langkah efektif dalam memerangi dan mengurangi virus campak rubella, dimana Indonesia termasuk dalam negara yang memiliki peluang terkena virus bersangkutan. Namun dalam berjalannya waktu ada pro-kontra dalam pelaksanaan vaksinasi yang dikaitkan dengan ketidak halalannya vaksin dan dampak negatif lainnya yang dikuatkan dengan pemberitaan *hoax* yang luar biasa. Langkah yang dapat dibuat adalah dengan melakukan literasi media yaitu mengedukasi masyarakat terkait kabar benar dan mampu memahami maksud baik dari apa yang diberikan misalkan vaksinasi campak rubella yang tidak berbahaya sama sekali. Langkah yang dibuat adalah bagaimana melakukan startegi dan taktik yang harus lebih menarik dan efektif agar tidak adanya kerisauan dari masyarakat dan berdampak positif dalam apa yang dilaksanakan.

Masih banyak hal yang harus dibenahi apalagi terkait dengan bagaimana mengedukasi masyarakat dan mengurangi *hoax*, masih banyak hal yang kurang efektif dari pihak pemerintah apalagi sasaran vaksinasi adalah generasi milenial atau masyarakat luas. Sehingga perlu strategi dan taktik yang lebih efisien dan produktif bagi pemahaman dan kondisi masyarakat yang baik. Sehingga dengan penelitian ini mampu memberikan gambaran bahwa kedepannya harus ada langkah progresif dan kontroling, tujuannya agar ketidakpastian dan munculnya pro-kontra dalam permasalahan yang timbul dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Mario Morcellini (2008). University La Sapienza, Rome, Italy: *Digital Media and Socialization*

James N Parker and Philip M Parker (2004). Sandiego, USA: *A Medical Dictionary, Bibliography, And Annotated Research Guide to Internet References.*

Kathleen Stratton, Donna A. Almario, Theresa m Wizemann, and Marie C McCormick (2003). Institute of Medicine, Washington DC, USA: *Immunization Safety Review Vaccinations and Sudden Unexpected Death in Infancy*

CYBERBULLYING ATTACKS on SOCIAL MEDIA: DO THEY CHANGE SELF CONCEPT ?

¹ Fitriani

² Nuke Farida

³ Ocvita Ardhiani

¹ *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, fitriani5585@gmail.com*

² *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, nuke.farida@gmail.com*

³ *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, ardhianiocvita@gmail.com*

Jalan Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbandingan pengaruh *cyberbullying* pada media sosial *facebook* dan *instagram* terhadap konsep diri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode komparatif. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap masing-masing 100 responden pada pengguna aktif media sosial *facebook* dan *instagram* yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and effect*. Adapun besaran pengaruh *cyberbullying* pada *facebook* terhadap konsep diri adalah 19,5% dan pada *instagram* sebesar 16,8% terhadap konsep diri. Terdapat bentuk *cyberbullying* yang berbeda antara pengguna *facebook* dan *instagram*. Bentuk *cyberbullying* pada pengguna *facebook* lebih banyak pada perilaku *impersonation*, sedangkan bentuk *cyberbullying* pada pengguna *instagram* lebih banyak pada perilaku *outing and trickery*. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin remaja mengalami *cyberbullying* pada *facebook* dan *instagram* maka konsep diri semakin positif. Kontribusi penelitian ini sebagai sumbangsih wawasan literasi media dalam penggunaan media sosial terkait dampak *cyberbullying* antara media sosial *facebook* dan *instagram* terhadap konsep diri penggunanya.

Kata Kunci: *Cyberbullying, Facebook, Instagram, Konsep Diri*

ABSTRACT

This study aims to identify the effect of cyberbullying on social media facebook and instagram on self concept. The method used in this study is a comparative method. Spreading of questionnaires conducted on each of the 100 respondents on active users of social media facebook and instagram selected by using purposive sampling technique. The theory used in this research is the theory of using and effect. The amount of cyberbullying influence on facebook to self concept is 19.5% and on instagram of 16.8% against self-concept. There are different forms of cyberbullying between facebook users and instagram. The form of cyberbullying on facebook users is more on impersonation behavior, whereas cyberbullying form in instagram user is more on outing and trickery behavior. This study shows that the more teenagers experience cyberbullying on facebook and instagram hence self concept more positive. The contribution of this research as a contribution of media literacy insight in the use of social media related to the impact of cyberbullying between social media facebook and instagram on self-concept users.

Keywords: *Cyberbullying, Facebook, Instagram, Self Concept*

PENDAHULUAN

Remaja adalah masa peralihan diantara masa kanak-kanak dan dewasa. Menurut Hurlock (2003) terdapat beberapa perubahan yang dialami seorang individu ketika memasuki masa remaja yaitu, kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Pada proses peralihan dan terjadi beberapa perubahan pada diri remaja terjadi pembentukan konsep diri pada individu. Konsep diri terbentuk melalui proses belajar sejak masa pertumbuhan seorang manusia dari kecil hingga dewasa. Lingkungan, pengalaman dan pola asuh asuh orang tua turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kosep diri yang terbentuk.

Terbentuknya konsep diri individu memiliki beberapa tahapan, menurut Viviane Cass (Hurlock, 1999 dalam Setyawati, 2016) tahapan tersebut meliputi: *Identify confusion; Identify comparation; Identify tolerance; Identify acceptance; Identify pride; Identify synthesis*. selama pembentukan konsep diri dalam tahapan tersebut dibutuhkan dukungan keluarga dan lingkungan sekitar salah satunya lingkungan pertemanan. Lingkungan pertemanan saat ini dilihat dari adanya perkembangan zaman yang saat ini dibarengi dengan adanya perkembangan teknologi internet khususnya di Indonesia.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2016 semakin bertambah yaitu mencapai 132,7 juta orang atau 51,8% dari total populasi penduduk Indonesia. Sementara itu, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Aptika) Kementerian Kominfo, Septiana Tankary mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini berada pada peringkat ke-8 dunia. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring social (APJII, 2016).

Berdasarkan kategori *top sites in Indonesia* pada situs www.alexacom, *Facebook* berada pada peringkat pertama situs yang paling banyak di akses di Indonesia. Sedangkan peringkat kedua yang paling banyak diakses dalam kategori sosial media adalah *Instagram*. Dari seluruh pengguna media sosial *facebook* dan *instagram* tersebut, 80% diantaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun.

Tingginya akses media sosial *facebook* dan *instagram* yang dilakukan oleh remaja dapat menimbulkan berbagai macam efek bagi penggunanya. Efek tersebut diantaranya adalah yang pertama, remaja menjadi malas berkomunikasi di dunia nyata. Kedua, tingkat pemahaman bahasa pun menjadi terganggu. Ketiga, tidak memperdulikan lingkungan. Media sosial akan membuat remaja lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan di sekitar mereka karena terlalu banyak menghabiskan waktu di dunia maya. Ke empat, sulit berkomunikasi. Bagi remaja, tidak ada aturan ejaan dan tata

bahasa di media sosial. Hal ini akan membuat mereka semakin sulit untuk membedakan antara berkomunikasi di situs jejaring sosial dan di dunia nyata. Ke lima, *Cyberbullying*.

Kurangnya pengawasan pola penggunaan media sosial pada remaja oleh orang tua dapat menyebabkan anak menjadi korban kejahatan dalam internet (*cybercrime*). Salah satu jenis kejahatan yang marak terjadi saat ini adalah *cyberbullying*. *Bullying* merupakan tindakan yang menyalah gunakan kekuatan/kekuasaan oleh seseorang atau kelompok kepada korban yang tidak mampu membela atau mempertahankan dirinya karena lemah secara fisik atau mental. Tindakan dapat dikatakan perilaku *bullying* apabila tindakan dilakukan berulang-ulang dan membuat seseorang merasa takut atau terintimidasi (Sejiwa, 2008). *Cyberbullying* merupakan konsep baru dari perilaku *bullying* tradisional, menurut Bhat (2008) *cyberbullying* yaitu penggunaan teknologi untuk mengintimidasi, menjadikan korban, atau mengganggu individu atau sekelompok orang.

Cyberbullying di dunia maya berpengaruh besar pada kehidupan remaja. Di dalam sebuah penelitian mengenai *Cyberbullying and Self Esteem* mengemukakan bahwa para remaja yang melakukan *cyberbullying* adalah remaja yang mempunyai kepribadian otoriter dan kebutuhan yang kuat untuk menguasai dan mengontrol korban yang ingin di *bully*. Remaja tersebut hanya mementingkan kepuasan dirinya sendiri setelah melakukan *cyberbullying* dibandingkan diri orang lain dan seringkali ia menganggap orang lain tidak ada artinya.

Cyberbullying dapat mempengaruhi konsep diri atau *self concept* pada remaja, seperti yang diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya (2014) mengenai hubungan antara konsep diri dengan *cyberbullying* mengungkapkan bahwa semakin tinggi konsep diri remaja maka semakin rendah kecenderungan berperilaku *cyberbullying*. Sementara itu, Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Nation dkk (2007) yang menemukan bahwa perilaku *bullying* lebih banyak disebabkan oleh tekanan dari teman sebaya agar dapat diterima dalam kelompoknya. Kelompok teman sebaya adalah sekelompok teman yang mempunyai ikatan emosional yang kuat dan siswa dapat berinteraksi, bergaul, bertukar pikiran, dan pengalaman dalam memberikan perubahan dan pengembangan dalam kehidupan sosial dan pribadinya.

Dari hasil beberapa penelitian terdahulu dapat diambil kesimpulan bahwa konsep diri dari korban *cyberbullying* cenderung mengarah pada konsep diri yang negatif. Padahal pada remaja dibutuhkan atau diharapkan konsep diri yang positif, karena konsep diri juga memainkan peran yang penting dalam memandu tingkah laku seseorang. Konsep diri penting bagi remaja karena pada masa remaja adalah masa peralihan dimana mereka mencari jati diri untuk menuju masa dewasa.

Berkaitan dengan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Perbandingan Pengaruh *Cyberbullying* Pada Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Terhadap Konsep Diri. Bukan hanya menyebarkan kuesioner tetapi juga dalam penelitian ini melakukan wawancara dengan beberapa responden mengacu kepada teori. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and effect* dimana pada penelitian mengenai efek komunikasi massa, khalayak dilihat sebagai makhluk sosial yang pasif. Khalayak dipandang sebagai massa homogen, sebagai sebuah target pasif dari persuasi dan informasi, atau sebagai pasar konsumen dari produk-produk media (McQuail, 2011). Pada teori *uses and gratifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Sedangkan pada teori *uses and effect* penggunaan media oleh khalayak tidak hanya disebabkan oleh kebutuhan dasar individu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivism. Pengumpulan data dilakukan melalui survey komparatif pada remaja, dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan peneliti melakukan wawancara kepada beberapa responden dengan demografi pemilihan sampel berdasarkan usia, jenis kelamin dan domisili responden. Usia yaitu remaja yang berada pada rentang usia 10-21 tahun dikarenakan masa remaja merupakan masa pencarian jati diri dan adaptasi dengan lingkungan terkait pembentukan pola pikir diri dan merupakan pengguna aktif media sosial *facebook* dan *instagram*. Di Indonesia.

Teknik penarikan sampling pada penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling* jenis *Purposive Sampling* sehingga jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Dari 100 kuesioner yang disebar, dilihat dari jenis kelamin pengguna *facebook* sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 73 orang dan sisanya berjenis kelamin laki-laki sejumlah 27 orang, dilihat dari jenis kelamin pengguna *instagram* jumlah responden berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 66 orang, sementara sisanya berjenis kelamin laki-laki sejumlah 34 orang. Berdasarkan Domisili (Provinsi) Pada Media Sosial *Facebook* responden yang berasal dari provinsi Jawa Barat sebanyak 59 orang, provinsi Jawa Timur sebanyak 7 orang, provinsi Jawa Tengah terdapat 5 orang, provinsi DKI Jakarta sebanyak 14 orang dan provinsi Banten terdapat 15 orang.

Variabel dalam penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Konsep Diri (*Self Concept*) dan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Cyber Bullying* di media sosial *facebook* dan *instagram*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Jenis pertanyaan survey tentang Konsep Diri (*Self Concept*) memiliki dua dimensi yaitu Konsep

Diri Positif dan Negatif, jenis pertanyaan survey tentang *cyberbullying* menggunakan aspek yang telah ditentukan oleh Willard (Kowalski dkk, 2012 dalam Pratiwi, 2011) memiliki tujuh perilaku yang paling umum digunakan untuk melakukan tindakan *cyberbullying* yaitu *Flaming, Harassment, Denigration, Impersonation, Outing and trickery, Exclusion, Cyberstalking*.

Wawancara yang dilakukan memuat pertanyaan yang berlandaskan teori, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and effect* dimana pada penelitian mengenai efek komunikasi massa, khalayak dilihat sebagai makhluk sosial yang pasif. Khalayak dipandang sebagai massa homogen, sebagai sebuah target pasif dari persuasi dan informasi, atau sebagai pasar konsumen dari produk-produk media (McQuail, 2011). Pada teori *uses and gratifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Sedangkan pada teori *uses and effect* penggunaan media oleh khalayak tidak hanya disebabkan oleh kebutuhan dasar individu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian komparatif yang dilakukan pada media sosial *facebook* dan *instagram* bukan hanya melakukan pengambilan data melalui kuesioner tetapi juga melakukan wawancara kepada beberapa responde yang mengacu pada teori *uses and effect*, khalayak dikatakan sebagai makhluk sosial yang pasif, namun penemuan yang dihasilkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin khalayak mengalami *cyberbullying* pada *facebook* dan *instagram* maka konsep diri semakin positif. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor seperti faktor religi, *peer group*, maupun nilai-nilai yang ajarkan dalam keluarga. Artinya, dapat dikatakan bahwa *user* bukanlah makhluk yang pasif.

Cyberbullying Terhadap Konsep Diri di Media Sosial facebook

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh *cyberbullying* terhadap konsep diri di media sosial *facebook* pada remaja memiliki beberapa indikator *cyberbullying* yang sering terjadi yang dapat mempengaruhi konsep diri positif ataupun negatif seperti *flaming, Harssment, Denigration, Impersonatio, Outing, Trickery, Exclusion, Cyberstalking*.

Tabel 1. Nilai Mean *Cyberbullying* Pada Media Sosial *Facebook*

		Statistics								
		Flaming_FB	Harssment_FB	Denigration_FB	Impersonation_FB	Outing_Trickery_FB	Exclusion_FB	Cyberstalking_FB	KonsepDiri_Positif	KonsepDiri_Negatif
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.8666	3.0601	3.0464	3.0931	2.9516	2.8261	2.8401	3.1484	2.9724

Berdasarkan nilai *Mean Cyberbullying* pada media sosial *Facebook* didapat bahwa pengaruh *cyberbullying* yang paling besar ada pada indikator *impersonation* dengan nilai mean sebesar 3,0931. Artinya, seseorang paling sering mengalami *cyberbullying* pada media sosial *facebook* berupa ancaman maupun pesan yang mengandung *pornografi* yang diterima dengan mengatasnamakan atau menyamar sebagai orang lain.

Sementara itu efeknya pada Konsep Diri, terdapat dua indikator yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa indikator yang paling besar dipengaruhi adalah konsep diri positif dengan nilai 3,1484. Selain itu, peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel *cyberbullying* pada media sosial *facebook* akan meningkatkan konsep diri sebesar 0,496. Arah kedua hubungannya adalah positif artinya semakin besar *cyberbullying* pada media sosial *facebook* maka konsep diri juga akan semakin bertambah atau meningkat dengan kata lain maka konsep diri remaja semakin positif. Sehingga dapat dijelaskan bahwa konsep diri remaja dapat dipengaruhi oleh *cyberbullying* pada media sosial *facebook* sebesar 44,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya (2014) yang mengatakan bahwa secara umum para responden mengalami menjadi korban *cyberbullying*. Hubungan antara pola penggunaan *facebook* pada anak dengan *cyberbullying* yang dialami cukup kuat, yaitu 0.628. Korelasi positif menunjukkan hubungan yang searah, apabila pola penggunaan *facebook* semakin tinggi, maka kerentanan mereka mengalami *cyberbullying* akan semakin tinggi.

Cyberbullying Terhadap Konsep Diri di Media Sosial *instagram*

Konsep diri yang dipengaruhi oleh *cyberbullying* di media sosial *instagram* berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat beberapa indikator *cyberbullying* yang sering terjadi di media sosial *instagram* yaitu *flaming*, *Harssment*, *Denigration*, *Impersonatio*, *Outing*, *Trickery*, *Exclusion*, *Cyberstalking*.

Tabel. 2 Nilai Mean *Cyberbullying* Pada Media Sosial *Instagram*

Statistics									
	Flamin g_IG	Harssm ent_IG	Denigra tion_IG	Imperso nation_I G	Outing _Trick ery_IG	Exclus ion_IG	Cybers talking _IG	Konse pDiri_ Positif	Konse pDiri_ Negatif
Valid N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	2.5167	2.7272	2.6600	2.6595	2.7403	2.6467	2.5298	3.2074	2.4114

Berdasarkan Nilai *Mean* dapat diketahui bahwa jika dibandingkan dengan indikator lain, pengaruh *cyberbullying* yang paling besar ada pada indikator *Outing and Trickery* dengan nilai sebesar 2,7403. Artinya, seseorang paling sering mengalami *cyberbullying* pada media sosial *instagram* berupa informasi atau foto-foto pribadi dan informasi yang memalukan yang disebar oleh orang lain melalui media sosial *instagram*.

Sementara itu Konsep Diri yang terjadi akibat *cyberbullying* di media sosial *instagram* terdapat dua indikator yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Dari analisis data dapat diketahui bahwa indikator yang paling besar dipengaruhi adalah konsep diri positif dengan nilai 3,2074. Artinya, semakin besar pengaruh *cyberbullying* pada media sosial *instagram* maka konsep diri remaja semakin positif. Terdapat pula peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel *cyberbullying* pada media sosial *instagram* akan meningkatkan konsep diri sebesar 0,295. Arah kedua hubungannya adalah positif artinya semakin besar *cyberbullying* pada media sosial *instagram* maka konsep diri remaja juga akan semakin bertambah atau meningkat. Sehingga dapat dijelaskan bahwa konsep diri remaja dapat dipengaruhi oleh *cyberbullying* pada media sosial *instagram* sebesar 40,9%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Hal tersebut berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farizi (2016) hasil penelitian ini adalah siswa kelas XI sebagian besar mempunyai konsep diri negatif dan hampir seluruhnya melakukan *cyberbullying* dalam intensitas *constantly*. Selain itu, penelitian yang pernah dilakukan oleh Hines (2011) juga menyatakan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada korelasi negatif antara *bullying* tradisional dan konsep diri. Kemudian, para siswa yang dilaporkan menjadi korban *bullying* tradisional dan *cyber-bullying* melaporkan konsep diri terendah dari semua peserta.

Berdasarkan hasil uji t, terdapat perbedaan antara pengaruh *cyberbullying* pada media sosial *facebook* dan *instagram* terhadap konsep diri dimana *cyberbullying* pada media sosial *facebook* memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan *cyberbullying* pada media sosial *instagram*. Artinya, semakin tinggi pola penggunaan *facebook*, maka kerentanan mereka mengalami *cyberbullying* akan semakin tinggi.

Adapun penelitian senada yang dilakukan oleh Griezeli (2008) menemukan bahwa perilaku *bullying* tradisional secara signifikan meramalkan banyak aspek konsep diri, dan pola hubungan yang sangat mirip pada perilaku *cyberbullying*, beberapa faktor konsep diri yang dipengaruhi oleh *bullying* tradisional ataupun *cyberbullying* adalah *The Honesty / Trustworthiness, Parent Relations, Verbal, dan General School*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu responden, menemukan bahwa responden 24 pernah mengalami *cyberbullying* pada media sosial *facebook* namun ada faktor lain yang membuat *cyberbullying* tersebut justru mempengaruhi secara positif

pada konsep diri. Faktor tersebut adalah berkaitan dengan nilai-nilai yang diajarkan dalam keluarga. Kemudian, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu responden, menemukan bahwa reresponden 31 mengalami *cyberbullying* pada media sosial *instagram* namun ada faktor lain yang membuat *cyberbullying* tersebut justru mempengaruhi secara positif pada konsep diri. Faktor tersebut adalah faktor internal yang berkaitan dengan keyakinan yang timbul dari dalam individu, serta faktor eksternal yang berkaitan dengan dukungan dari keluarga dan teman sebayanya.

Dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner maka perilaku *cyberbullying* dapat dihindari dengan meningkatkan kualitas interaksi dalam lingkungan sosial dan menanamkan konsep diri pada tiap remaja yang baik. Konsep diri dan interaksi di lingkungan pertemanan memiliki kaitan dengan perilaku *cyberbullying* pada remaja. Perilaku *cyberbullying* dipicu akibat dampak lingkungan pertemanan dan mengakibatkan konsep diri negatif dalam diri seorang remaja. Ditambah dengan kualitas interaksi pertemanan yang buruk semakin memperbesar kemungkinan remaja menjadi korban atau pelaku *cyberbullying*. Konsep diri negatif terbentuk akibat kualitas interaksi sosial dan perhatian dari lingkungan keluarga yang dimiliki seorang remaja buruk. Sebaliknya, Konsep diri positif terbentuk akibat kualitas interaksi sosial dan perhatian dalam lingkungan keluarga yang dimiliki seorang remaja baik. Dengan konsep diri yang baik dan kualitas interaksi sosial di lingkungan pertemanan yang baik serta perhatian di lingkungan keluarga yang baik, maka akan mencegah kecenderungan terjadinya *cyberbullying* pada remaja, dengan kata lain faktor pertemanan, keluarga dapat membentuk konsep diri remaja.

Penelitian yang dilakukan oleh Corcoran (2012) menghasilkan bahwa adanya perbandingan antara *bullying* tradisional dengan *cyberbullying* yaitu individu yang memiliki perilaku *bullying* keduanya sama-sama memiliki konsep diri negatif perbedaannya terdapat dalam hal konsep diri kecemasan dan popularitas. Pada perilaku *bullying* tradisional individu memiliki konsep diri dalam hal harga diri yang rendah tetapi menilai diri mereka relatif tinggi pada skala perilaku dan akademik. Namun, individu yang memiliki perilaku *cyberbullying* atau *cybervictims* tidak menganggap diri mereka tidak populer dibandingkan dengan yang lain. Perbedaan ini dapat diakibatkan dari sifat *bullying* tradisional yang sering tatap muka, yang dapat memiliki dampak yang lebih besar pada persepsi status sosial seseorang.

SIMPULAN DAN SARAN

Perbandingan pengaruh *cyberbullying* pada media sosial *facebook* dan *instagram* terhadap konsep diri ditemukan bahwa kedua media tersebut memiliki kesamaan efek terhadap konsep diri yang positif. Akan tetapi secara lebih rinci perbedaan pengaruh *cyberbullying* terhadap konsep diri yang positif terdapat pada indikator *impersonation* pada media sosial *facebook*,

sedangkan *outing and trickery* terjadi pada media sosial *instagram*. Berdasarkan perbandingan nilai r^2 , yang paling besar mempengaruhi konsep diri adalah *cyberbullying* pada media sosial *facebook*. Artinya, semakin tinggi pola penggunaan *facebook*, maka kerentanan mereka mengalami *cyberbullying* akan semakin tinggi.

Hasil wawancara kepada salah satu responden, menemukan bahwa reseponden 24 dan 31 pernah mengalami *cyberbullying* pada media sosial *facebook* dan *instagram* namun ada faktor lain yang membuat *cyberbullying* tersebut justru mempengaruhi secara positif pada konsep diri. Faktor tersebut merupakan faktor internal yang berkaitan dengan keyakinan yang timbul dari dalam individu, serta faktor eksternal yang berkaitan dengan dukungan dari keluarga dan teman sebayanya. Perbandingan pengaruh *cyberbullying* pada media sosial *facebook* dan *instagram* ditemukan bahwa kedua media tersebut memiliki kesamaan efek terhadap konsep diri yang positif. Diharapkan dengan adanya penelitian terkait *cyberbullying* dan Konsep Diri pada remaja bahwa masyarakat dan pemerintah membuat dan melaksanakan program pencegahan / intervensi intimidasi di masa depan, memperkuat tekad masyarakat untuk menangani *cyberbullying* secara efektif, melalui literasi media dan pendidikan dalam keluarga, teman, dan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. Ansari, C dkk. (2016). *Polling indonesia: Infografis penetrasi & perilaku pengguna internet indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- Bhat, Christine Suniti. (2008). Cyber bullying: overview and strategis for shool consellers, guidance officer, and all personnel. *Australian Journal of Guidance & Conselling Volume 18, pp 53-66*
- Corcoran, Lucie; Irene Connolly and Mona O'Moore. 2012. Cyberbullying In Irish Schools: An Investigation Of Personality And Self-Concept. *The Irish Journal of Psychology Vol. 33, No. 4, December 2012, 153165*
- Farizi, Angger Bayu Muhammad. 2016. Hubungan Konsep Diri Dengan Intensitas Cyberbullying Pada Siswa Kelas XI SMA Dharma Wanita Surabaya. *Skripsi*. Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
- Griezel, Lucy; Rhonda G. Craven; Alexander Seeshing Yeung; and Linda R. Finger. 2008. Elucidating the Effects of Traditional and Cyber Bullying Experiences on Multidimensional Self-Concept Domains. *Paper presented at the Australian Association for Research in Education, Brisbane*
- Hines, Heather Nicole. 2011. *Traditional Bullying And Cyber-Bullying: Are The Impacts On Self-Concept The Same?*. Thesis. Western Carolina University Cullowhee: North Carolina

- Hurlock, E.B. (2003). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nation, M., Vieno, A., Perkins, D. D., & Santinello, M. 2007. Bullying in school and adolescent sense of empowerment: An analysis of relationship with parents, friends, and teachers. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, Vol 10 No.(3),hal 115-127.
- Pratiwi, Maulida Disa. (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi cyberbullying pada remaja*. Diakses dari <http://www.scribd.com/doc/106227383/FaktorFaktor-Yang-Mempengaruhi-Cyberbullying>, pada tanggal 29 November 2013, Jam 12:45 WIB
- Sanjaya, Abi Surya. 2014. *Pengaruh Interaksi Teman Sebaya Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Cyberbullying Siswa Program Keahlian Elektronika Industri Smk Negeri 3 Wonosari*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Setyawati, Indah. 2016. *Pengaruh Cyberbullying Di Media Sosial Ask.Fm Terhadap Gangguan Emosi Remaja (Studi Pada Siswa- Siswi Sman 10 Bandarlampung)*. Universitas Lampung
- Sejiwa (Yayasan Semai Jiwa Amini). 2008. *Bullying: Mengatasi Kekerasan di Sekolah dan Lingkungan Sekitar Anak*. Jakarta : PT. Grasindo
- www.alex.com

**Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* Instagram Terhadap
Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Gunadarma**

Ade Ahmad Fathoni

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, Adeahmadfathoni10@gmail.com
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Jenis penelitian ini menggunakan teori Media Baru dan *Uses And Gratification*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi yang terdapat pada Mahasiswa dan Mahasiswi Gunadarma Fakultas Komunikasi 2017 berjumlah 455 orang dan diambil sampel dengan menggunakan eror sebesar 10% maka jika di bulatkan diperoleh 82 orang yang akan menjadi responden. Dan untuk pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik hitung dengan rumus *Slovin*. Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram. Hubungan antara ketiga variabel pun dinyatakan masuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat, hal itu terbukti dengan hasil hipotesis penelitian menggunakan uji T bahwa H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh antara Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram. Adapun hasil perhitungan koefisien determinasi pada summary output software SPSS 16 for Windows dengan angka R square sebesar 0,687 atau sebesar 68,7%. Jadi Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

Kata Kunci : Pengaruh Fitur Instagram Stories, *Interface Design*, Kepuasan, Instagram

ABSTRACT

This research aims to find out how the influence Feature Instagram Stories and Interface Design Towards the satisfaction of Using Instagram On University Communication Sciences Faculty Students Gunadarma. This type of research using New Media theory and Uses And Gratification. The methods used in this research is quantitative methods. The population of the students and Faculty of communication Gunadarma Sorority 2017 amounted to 455 people and taken samples using a 10% error then if rounded retrieved 82 people who will become respondents. And for sampling, the author uses the Slovin's formula to calculate with techniques. Based on the discussion that has been described, the writer can draw a conclusion that Instagram Feature Stories and Interface Design has an impact on the satisfaction of Using Instagram. The relationship between these three variables fall into the category declared any relationship that is very powerful, it was proven by the results of the research hypothesis test with T that H_0 is rejected, meaning there are influences between features Stories and Instagram Interface Design terhadap Satisfaction Using Instagram. As for the results of the calculation of the coefficient of determination on summary output software SPSS 16 for Windows by number R square of 0.687 or of 68.7%. So the features Instagram Stories and Interface Design gives influence on Satisfaction Using Instagram On University Communication Sciences Faculty Students Gunadarma.

Keywords : Influence Of Features Of Instagram Stories, *Interface Design*, Satisfaction, Instagram.

PENDAHULUAN

Dengan semakin berkembangnya internet, semakin banyak pula orang dari berbagai penjuru dunia menggunakan internet untuk keperluan berbagai macam hal. Jumlah pengguna internet di dunia tiap tahun semakin naik secara drastis. Menurut data terbaru yang dirilis oleh *We Are Social* per Agustus tahun 2017, jumlah pengguna internet global kini menyentuh angka 3,8 miliar dengan penetrasi 51 persen dari total populasi dunia. Dimana 41% dari mereka mengakses menggunakan situs web. Dan Sisanya berasal dari perangkat *mobile*, seperti *smartphone* dengan total 54 persen, tablet sebanyak 5 persen, dan perangkat lain 0,14 persen. Sama halnya dengan yang ada di dunia, penambahan jumlah pengguna di internet di Indonesia juga tergolong sangat pesat. Menurut data yang dilansir dari *website* Kemkominfo, jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 82 juta orang, dimana dengan jumlah angka tersebut telah memposisikan Indonesia berada di peringkat ke 8 dunia sebagai jumlah pengguna internet terbanyak. Hampir 80 persen pengguna internet di Indonesia berada pada rentang usia remaja 15 sampai 19 tahun.

Berbicara tentang internet tidak bisa dihindarkan dari yang namanya *New Media*, karena internet merupakan bagian dari *new media* itu sendiri. Banyak sekali dampak dari *new media* yang mempengaruhi segala aspek khususnya komunikasi di dunia. Dengan era sekarang yang serba digital, mengibaratkan dunia di era sekarang ini sudah tidak ada pembatas lagi. Semua orang dunia dengan mudahnya berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda negara.

Manfaat dari *new media* ini sangat terasa dalam berbagai sector, mulai dari Pendidikan, social, bisnis, bidang informasi, pekerjaan dan lain lain. Untuk perkembangan *new media* di Indonesia sendiri juga mulai berjalan, dimana dampak dari *new media* ini sudah terasa. Yang paling terlihat adalah perubahan pola komunikasi di kalangan masyarakat Indonesia, yang pada kenyataannya perubahan tersebut mengubah karakter masyarakat menjadi orang yang lebih individual. Dengan semua hal yang serba praktis dan mudah mereka cenderung untuk mengerjakan hal tersebut secara sendiri – sendiri. Tentunya perubahan yang seperti ini bukan lah perubahan yang baik. Harus ada metode yang diajarkan kepada masyarakat dalam menggunakan *new media* agar terhindar dari dampak buruk seperti salah satu contoh diatas. Selain internet salah satu bentuk perkembangan dari *new media* adalah munculnya berbagai macam *social media*. *Social media* ini merupakan sebuah pilihan untuk berkomunikasi menggunakan aplikasi maupun *software*. Perkembangan media sosial yang semakin pesat tidak hanya terjadi pada negara-negara maju saja, di negara berkembang seperti tanah air kita ini, Indonesia saja banyak sekali user atau pengguna sosial media dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran

media massa atau konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi. Berdasarkan data yang diporelasi melalui *We Are Social*, jumlah pengguna sosial media di Indonesia mencapai angka 130 juta jiwa. Jumlah populasi masyarakat yang menyentuh angka 265,4 juta jiwa, dengan 132,7 juta jiwa pengguna internet. Dimana 130 juta jiwa dikatakan sebagai pengguna sosial media yang sangat aktif dengan keterangan persentasi penetrasi sebesar 49%. Penggunaan internet dan sosial media tersebut lebih sering di akses melalui perangkat *Smartphone*. Hanya bermodalkan sebuah *Smart Phone* kita sudah bisa menikmati berbagai macam *social media* dan segala macam fitur – fitur yang ada di dalamnya. Fitur adalah sebuah aspek keistimewaan, karakteristik, layanan khusus atau ragam yang dimiliki atau dibawa oleh sebuah produk untuk memberikan pembaharuan terhadap produk yang sebelumnya telah di produksi.

Kita sudah ketahui bersama bahwa dengan semakin berkembangnya dunia digital, semakin banyak pula berbagai macam sosial media yang dengan mudahnya kita gunakan atau kita unduh untuk berbagai kepentingan. Ada yang menggunakannya untuk mencari teman baru, berkomunikasi dengan teman lama, sebagai media mempromosikan suatu produk dan juga bisa sebagai *storage* atau tempat penyimpanan data yang tidak terbatas. Menyimpan berbagai macam moment yang berupa sebuah foto atau video, dengan menggunakan *social media* kita tidak perlu lagi khawatir akan kehabisan storage. Salah satu *social media* yang sangat terkenal dan sudah banyak digunakan oleh masyarakat adalah Instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Untuk dapat terus tumbuh dan berkembang, Instagram melakukan upgrade terhadap aplikasinya dan meluncurkan fitur terbaru yaitu Instagram Stories pada bulan Agustus 2016. Dan dengan meluncurkan fitur baru yaitu Instagram Stories, berdasarkan laporan dari Buzzfeed, dilansir dari TechCrunch pada Kamis (6/10/2016), Instagram Stories memiliki 100 juta pengguna aktif harian. Itu artinya setiap hari fitur tersebut digunakan oleh 100 juta pengguna Instagram. Jumlah pengguna yang mencapai 100 juta sejak awal dirilisnya fitur tersebut pada Agustus 2016, menjadi awal yang baik atas kemunculan Instagram Stories.

Instagram Stories sebenarnya meniru fitur dari aplikasi Snapchat, jumlah pengguna Instagram Stories berhasil mencapai pengguna aktif sebanyak 200 juta perhari di seluruh dunia. Pengguna harian Instagram Stories jauh melebihi pengguna aktif Snapchat. Saat ini jumlah pengguna aktif Snapchat mencapai 158 juta setiap harinya. Jumlah pengguna Snapchat turun hingga 82% setelah Instagram merilis Instagram Stories. Jumlah pengguna

Instagram Stories yang terus bertambah, menandakan keberhasilan Instagram dalam menarik minat pengguna media sosial dengan menggunakan fitur Instagram Stories. Fitur ini sebenarnya tidaklah jauh berbeda dengan fitur yang sudah dimiliki Instagram sebelumnya yang tetap memfokuskan untuk berbagi foto maupun video. Akan tetapi yang membedakan adalah pada sisi kepentingannya, dan juga sifatnya tidak permanen. Maksudnya adalah fitur ini lebih cocok digunakan untuk situasi yang santai dan tidak memerlukan sifat permanen. Dan sifat permanen disini maksudnya adalah ketika kita membagikan sebuah momen foto atau video menggunakan fitur *Instagram Stories*, foto atau video kita ini hanya bisa bertahan selama 24 jam, yang artinya moment foto atau video tersebut akan otomatis terhapus dari Instagram kita apabila sudah melebihi dari 24 jam. Sangat berbeda pastinya ketika kita menggunakan Instagram pada umumnya, dimana moment foto atau video kita akan tetap tersimpan selamanya. Perbedaan juga terletak pada sisi durasi ketika ingin membagikan momen video. Jika menggunakan Instagram biasa, kita bisa membagikan video dengan durasi maksimal 1 menit, akan tetapi jika menggunakan fitur instastory kita hanya dapat membagikan video dengan durasi maksimal 30 detik.

Adapun alasan peneliti memilih Instagram sebagai bahan penelitian dikarenakan adanya peningkatan jumlah pengguna Instagram setelah dirilisnya fitur baru, yakni Instagram Stories dan pastinya diikuti pembaharuan dari tampilan Instagram itu sendiri (Interface Design). Kemunculan Instagram Stories juga diikuti dengan adanya fitur Stories di media sosial lain, seperti Facebook, WhatsApp dan Path. Lantas dengan adanya fitur tersebut apakah semakin memberikan kesan kepuasan terhadap penggunanya ? disini lah penulis ingin membuktikan apakah fitur *Instagram Stories* dan *Interface Design* Instagram ini lebih memberikan kepuasan dalam menggunakan Instagram atau tidak. Karena fitur sejenis ini sudah banyak juga dimiliki oleh social media lain.

METODE PENELITIAN

Maksud dari subyek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa/I Fakultas Ilmu Komunikasi Gunadarma. Sedangkan objek penelitian adalah pengaruh penggunaan fitur instagram stories dan *interface design* terhadap kepuasan menggunakan instagram pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif itu sendiri adalah penelitian yang ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Metode penelitian kuantitatif adalah ilmu yang berkaitan dengan dengan tata cara pengumpulan data, analisis data dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan. Metode kuantitatif merupakan pendekatan yang

digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Metode ini berkaitan dengan angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 7:2009).

Populasi dalam penelitian ini yaitu, mahasiswa Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi yang berjumlah (455) orang. Dalam pengambilan sampel ini menggunakan *probability* sampling yaitu sampel random sederhana yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel. (Umar 2003 : 54). Pengambilan sampel, penulis menggunakan ukuran dari rumus Slovin, alasan menggunakan rumus ini adalah karena jumlah dari populasi yang diteliti sudah diketahui dan juga populasinya jelas, sehingga dapat dihitung menggunakan rumus tersebut, yang dijelaskan oleh Umar (2003 : 49).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen penelitian sebagai alat bantu untuk mempermudah pengumpulan data. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket (kuesioner). Untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur instagram stories dan *interface design* instagram terhadap kepuasan menggunakan instagram pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi universitas gunadarma, penelitian dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan kepada 82 responden. Dengan demikian, kuesioner yang dimaksudkan sebagai daftar pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban dari responden.

Menurut Sugiyono (2004 : 86) “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pengukuran instrumen yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan pengisian kuesioner yang disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan dan responden diminta mengisi daftar pertanyaan tersebut dengan cara memberi tanda silang (X) pada lembar jawaban kuesioner. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data responden mahasiswa Universitas Gunadarma angkatan tahun 2017 jurusan Fakultas Ilmu Komunikasi yang berada pada rentan usia antara 21 tahun sampai 23 tahun. Dengan rincian data jenis kelamin laki laki berjumlah 228 mahasiwa dan jenis kelamin perempuan berjumlah 227 mahasiswi. Untuk mengetahui besaran pengaruh menariknya fitur instagram stories dan *interface design* terhadap kepuasan menggunakan instagram pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi universitas gunadarma maka penulis menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan berikut persamaan regresi berganda menurut Hasan (2003 : 255). Tujuan analisis regresi berganda adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen. Analisis regresi berganda adalah suatu teknik ketergantungan. Maka, untuk menggunakannya, Anda harus dapat membagi

variabel menjadi variabel dependen dan independen. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2011: 97).

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Adapun prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik yang digunakan :

$$H_0 : b_1 = 0$$

$$H_0 : b_1 \neq 0$$

2. *Level of significance* (α) : 0,1 dengan $df = (n - k - 1)$

3. Nilai statistic F hitung rumus Rangkuti (2007 : 165) sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana :

R^2 = koefisien korelasi berganda

k = jumlah variabel independen

n = banyak sampel

4. Kriteria penolakan dan penerimaan H_0 dan H_a adalah :

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram merupakan media sosial berbasis foto pertama yang diluncurkan pada oktober 2010. Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram memfokuskan dirinya hanya untuk berbagi foto dan video saja, hingga saat ini pengguna instagram telah memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Dengan kesuksesannya ini, Instagram dinilai mampu merubah dunia fotografi karena tidak hanya melibatkan perubahan dalam cara apa dan bagaimana sebuah foto diambil tetapi juga memiliki kemampuan untuk saling berbagi, saling terkoneksi dan membangun interaksi melalui bahasa visual. Instagram memberikan ruang bagi penggunanya untuk berbagi dan berinteraksi serta memberikan ruang pada penggunanya untuk menampilkan diri dan membentuk apa yang ingin ia sampaikan ke khalayaknya melalui foto dan video dibantu dengan caption yang ia tuliskan serta dengan kolom komentar. Mengapa pada penulisan kali ini penulis memilih instagram sebagai

salah satu materi utama adalah karena Instagram merupakan salah satu pilihan sosial media yang sedang dalam puncak kepopularitasannya, tidak hanya di Indonesia akan tetapi aplikasi ini sedang merajai dunia secara global. Tidak hanya kalangan masyarakat biasa yang menggunakan aplikasi ini, para selebriti dalam dan luar negeri pun menggunakan sosial media ini.

Mengingat begitu populernya aplikasi sosial media Instagram ini, apabila kita berbicara soal selebriti, mungkin aplikasi ini berguna untuk menyapa para penggemar mereka melalui setiap unggahannya. Bisa juga digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan sebuah *brand*. Makanya di era sekarang kadang kita mengenal istilah Selebgram, dimana hal tersebut merupakan istilah yang digunakan untuk orang – orang yang memang mencari keuntungan atau menggunakan Instagram sebagai tempat untuk mencari uang. Hal tersebut tentunya sah – sah saja apabila kita memang jeli dalam melihat peluang usaha. Berbeda halnya dengan dunia broadcast, Instagram ini memiliki fungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi atau berita. Bahkan untuk sekelas media televisi pun sekarang lebih memprioritaskan social media Instagram sebagai *Platform* utama mereka ketika ada sebuah peristiwa. Yang mungkin jika mengirim seorang video jurnalis akan membuang waktu, jadi mereka lebih efisien apabila menggunakan Instagram yang notabene hanya membutuhkan sebuah *smartphone* tapi informasi tersebut dengan mudahnya sudah tersebar secara massal.

Apabila kita berbicara hubungan antara Instagram dengan responden yang penulis pilih yaitu mahasiswa jurusan ilmu komunikasi adalah karena Instagram ini merupakan salah satu media komunikasi di era milenial ini. Fakultas Ilmu Komunikasi pastinya haruslah memiliki pengetahuan yang luas atau bisa dibilang melek akan teknologi. Mereka tidak hanya pandai dalam berbicara secara verbal, akan tetapi harus juga pandai dalam menggunakan teknologi yang dimana berfungsinya sebagai alat pendukung ketika mereka sedang melakukan sebuah komunikasi.

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah butir pertanyaan dari kuesioner yang sudah disebar dan diujikan dikatakan sah atau valid. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antara skor tiap butir pernyataan (r_i) 30 dengan skor totalnya, untuk sampel $n = 82$ responden, melalui pengolahan data dengan program SPSS16.0, maka hasil nilai – nilai korelasi tersebut dibandingkan dengan patokan yang ditetapkan untuk menyatakan valid atau tidaknya, yaitu apabila $p > 0,237$, berarti butir itu valid sedangkan $p < 0,237$ berarti butir gugur atau tidak valid.

Berdasarkan fungsinya, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran dari suatu tes apakah tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan

dengan bantuan Program SPSS 16.0 dengan menghitung variasi seluruh pernyataan hingga total skor pernyataan dengan *function* “VAR” dan hasil variasi tersebut dihitung menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Untuk lebih jelas disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Alpha Cronbach	Keterangan
Pengaruh Fitur Instagram Stories	0,871	Sangat Kuat
Menariknya Interface Design	0,939	Sangat Kuat
Kepuasan	0,915	Sangat Kuat

Berdasarkan rangkuman hasil uji reliabilitas diatas, diperoleh nilai alpha Cronbach pada variabel X1 yaitu Pengaruh Fitur Instagram Stories sebesar 0,871 ; pada variabel X2 yaitu Menariknya Interface Design sebesar 0,939 ; dan pada variabel Y yaitu Kepuasan sebesar 0,915.

Untuk mengetahui pengaruh fitur Instagram stories dan interface design yang merupakan variabel bebas atau independen tentang kepuasan menggunakan Instagram di Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi yang merupakan variabel terikat dengan menggunakan rumus regresi linear berganda dari jawaban kuesioner terlebih dahulu. Jawaban ini dihitung dimana terdiri dari 30 pertanyaan yang berhubungan dengan pengaruh Instagram stories dan interface design terhadap kepuasan menggunakan Instagram.

Tabel 2. Deskripsi Data mahasiswa Gunadarma.

	Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Fitur Instagram Stories	82	21	50	3340	40.73	.624	5.646
Interface Design	82	25	50	3145	38.35	.648	5.868
Kepuasan	82	21	50	3172	38.68	.756	6.846
Valid N (listwise)	82						

Pada tabel diatas terlihat gambaran dari kedua variabel yang diregresikan, pengaruh fitur Instagram stories (X1) dan *Interface Design* (X2) terhadap kepuasan menggunakan Instagram mahasiswa Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi (Y). isi gambaran tabel ini yaitu, mean (rata – rata) X1 = 40,73, X2 = 38,35, dan Y = 38,68 ; std Deviation (Simpangan Baku) X1 = 5,646, X2 = 5,868, dan Y= 6,846

Tabel 3. Hasil Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.909	3.298		.185	.239
Fitur Instagram Stories	.496	.101	.409	.897	.000
Interface Design	.583	.098	.500	.978	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel diatas , maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 3,909 + 0,496 X_1 + 0,583 X_2$. Dari persamaan tersebut nilai koefisien regresi variabel fitur Instagram stories dan *interface design* bernilai positif yaitu, 0,496 dan 0,583. Hal ini menggambarkan adanya pengaruh terhadap kepuasan menggunakan Instagram, dimana fitur Instagram stories dan *interface design* jika bernilai 0 maka perkiraan komunikasi antar pribadi sebesar 3,909, sedangkan jika fitur Instagram stories bernilai satu satuan maka *interface design* akan meningkat 0,496 dan *interface design* bernilai satu satuan maka akan meningkat 0,583.

Tabel 4. Hasil Kolerasi dan Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.687	.679	3.876

a. Predictors: (Constant), Interface Design, Fitur Instagram Stories

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,829 artinya sebesar 82,9% hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara variabel Instagram Stories (X_1) dan *Interface Design* (X_2) dengan variabel Kepuasan (Y) karena berada di antara 0,80 – 1,00. Dari data diatas juga dapat diketahui koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,687, artinya sebesar 68,7%. Hal ini berarti seluruh variabel independent yaitu fitur Instagram Stories (X_1) dan *Interface Design* (X_2) hanya mempunyai kontribusi sebesar 68,7% terhadap kepuasan, sisanya dipengaruhi oleh faktor yang tak bisa dijelaskan .

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan Uji T. dilihat dari tabel 4.45 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.909	3.298		1.185	.239
Fitur Instagram Stories	.496	.101	.409	4.897	.000
Interface Design	.583	.098	.500	5.978	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Cara mencari T tabel :

$$T \text{ tabel} = n - k - 1$$

$$= 82 - 2 - 1$$

$$= 79 \text{ (dilihat pada distribusi nilai T tabel)}$$

$$= 1,66437$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

k = banyaknya variabel bebas

Dari hasil output diatas nilai hitung untuk X1 sebesar 4,897 sedangkan t tabel sebesar 1,664 maka dapat diketahui t hitung > t tabel yang berarti H0 ditolak, berarti variabel X1 yaitu fitur Instagram Stories berpengaruh terhadap Y yaitu kepuasan menggunakan Instagram. Begitupun diketahui hasil t hitung untuk X2 yaitu sebesar 5,978 maka dapat diketahui t hitung > t tabel berarti Instagram Stories juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan menggunakan Instagram.

Hasil dari penelitian yang didapatkan adalah adanya pengaruh yang sangat kuat dari Instagram Stories dan Interface Design terhadap kepuasan menggunakan Instagram. Segala fitur yang dihadirkan oleh Instagram Stories telah memberikan pengalaman baru dalam mengabadikan sebuah moment di Instagram. Hasil moment yang jauh lebih baik dan menarik untuk dilihat oleh orang banyak. Bahkan untuk variabel Instagram Stories pada salah satu butir pertanyaannya ada yang mendapatkan nilai sempurna, itu menandakan fitur – fitur tersebut memang memberikan dampak yang berbeda kepada para pengguna dalam menggunakan aplikasi Instagram. Tidak hanya sebatas menggunakan fitur Feed, akan tetapi mereka lebih aktif menggunakan fitur Instagram Stories tersebut. Berdasarkan hasil koefisien korelasi yang bernilai 0,829, artinya 82,9% hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara variabel Instagram Stories dan Interface Design dengan variabel Kepuasan, karena berada di antara 0,80 – 1,00.

Penelitian ini menggunakan teori media baru, dimana social media dalam hal ini adalah Instagram merupakan bagian dari sebuah kemajuan teknologi. Audiens atau responden disini lebih berperan aktif dalam menyikapi perkembangan teknologi yang sangat pesat. Terdapat berbagai macam pesan yang sifatnya sudah menjadi digital atau virtual. Dari berubahnya sifat informasi tersebut, berubah pula cara kita dalam memberikan respon atau penilaian.

Pada Penelitian ini juga menggunakan teori *Uses and Gratification Model* (model kegunaan dan kepuasan). Dalam model ini khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Benang merah dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui pengaruh penggunaan Instagram Stories dan *Interface Design* terhadap kepuasan menggunakan Instagram. Dari pembahasan diatas sudah bisa dibuktikan bahwa setiap audiens yang termasuk dalam golongan audiens aktif atau kuat. Audiens disini sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi, dan audiens dianggap sebagai perantara yang besar. Audiens lebih selektif dalam menerima pesan-pesan media. Mereka juga selektif dalam memilih dan menggunakan media. Contohnya saja pada penelitian diatas para mahasiswa menggunakan fitur Instagram stories dan *Interface Design* agar pengalaman dalam menggunakan aplikasi Instagram semakin bervariasi, sehingga pada akhirnya akan semakin mendapatkan kesan kepuasan lebih dari yang sebelumnya. Artinya teori *uses and gratification* dapat diterima dalam penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* memberikan pengaruh terhadap Kepuasan menggunakan Instagram pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Hubungan antara ketiga variabel pun dinyatakan masuk kategori hubungan yang sangat kuat. Bahwa pengaruh dari fitur fitur yang dimiliki Instagram, entah itu Instagram Stories, stiker - stikernya, maupun efek efek yang terdapat di dalamnya telah berhasil memberikan suatu pengalaman baru kepada pengguna dalam menggunakan Instagram itu sendiri. Dengan segala fitur – fiturnya tersebut secara tidak langsung menuntut kepada para penggunanya agar lebih kreatif dalam membuat moment yang nantinya akan dibagikan kepada para pengikut Instagramnya. Bukan tidak mungkin hal tersebut bisa memancing bertambahnya jumlah Followers, hal ini dikarenakan moment yang dibagikan jauh lebih berkualitas dan juga lebih menarik untuk dikonsumsi banyak orang.

Beda halnya dengan Interface Design, tampilan suatu program atau aplikasi juga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Karena sebagai apapun fitur – fitur yang dimiliki oleh Instagram kalau tampilannya buruk, tidak nyaman untuk dilihat, pastinya akan tetap memberikan nilai minor kepada aplikasi tersebut. Akan tetapi dengan tampilan Instagram yang simple, tidak banyak warna, justru hal tersebut memberikan kesan elegan dan mahal. Pengguna pun bisa menggunakan aplikasi tersebut dengan nyaman. Icon – icon yang digunakan jelas dan sangat mudah dipahami bagi pengguna Instagram baru.

Adapun saran-saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Perlu adanya pembaharuan berkala pada fitur yang dimiliki Instagram untuk mempertahankan atau bahkan menaikkan angka pengguna aplikasi tersebut.
2. Mengganti variabel yang berbeda pada penelitian selanjutnya untuk memberikan variasi pada penelitian tentang Instagram.
3. Sasaran responden hanya terpaku pada kalangan mahasiswa, sehingga variabel ini belum teruji apakah nantinya akan memberikan pengaruh yang sama ketika sasaran yg dituju berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Komala, dan Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jatinangor: Simbiosis Rekatama Media.

Atmoko Dwi, 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.

Freddy Rangkuti. 2007. *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Edisi 2 Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, M. Iqbal. 2003. *Pokok – Pokok Materi Statistik 1(Statistik Deskriptif)*. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Husein Umar. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana.

_____. 2012. *PR Writing: Teknik Produksi Media Publik Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta : Kencana.

- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurudin, 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta
- _____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, ANDI : Yogyakarta.
- West, Turner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.