

Urgensi Literasi Media untuk Remaja Sebagai Panduan Mengkritisi Media Sosial

Yuni Retnowati, AKINDO

Abstrak

Media sosial hadir sebagai bagian dari perkembangan internet. Kehadirannya menawarkan cara berinteraksi, berkomunikasi, dan bersosialisasi yang mudah dan baru dengan dukungan banyak fitur menarik. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia didominasi kalangan remaja sehingga dampaknya lebih banyak dirasakan oleh mereka. Motif remaja dalam menggunakan media sosial berdasarkan pendapat McQuail (2010:72) yakni : 1) Informasi, 2) Identitas Pribadi, 3) Integrasi dan Interaksi sosial, serta 4) Hiburan. Meskipun beberapa motif tersebut bisa dipenuhi, semakin banyak pula penyalahgunaan media sosial untuk penipuan, penculikan, pelecehan seksual, prostitusi, dan *bullying* bahkan menjadi pemicu depresi. Remaja belum mampu memilah aktivitas yang bermanfaat, dan cenderung mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial tanpa mempertimbangkan dampaknya saat beraktivitas di media sosial. Literasi media dikembangkan sebagai alat untuk melindungi orang dari terpaan media agar memiliki kemampuan berpikir kritis serta mampu mengekspresikan diri dan berpartisipasi dalam media. Kalangan remaja memerlukan literasi media sebagai panduan aman beraktivitas di media sosial agar tidak menjadi korban penyalahgunaan media sosial dan mampu menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Tulisan ini akan memaparkan penggunaan media sosial di kalangan remaja serta dampaknya disertai penjelasan tentang urgensi dan strategi literasi media. Urgensi literasi media untuk remaja adalah memberikan perspektif yang jauh lebih jelas dalam melihat dan membedakan dunia nyata dan dunia yang diproduksi oleh media.

Kata Kunci : media sosial, remaja, motif, penyalahgunaan, literasi media

The Importance of Media Literacy for Teenagers as a Guidance to Criticize Social Media

Abstract

Social media present as part of the development of internet .Her presence offering the way to interact , communicate , and socialize easily and new with the support of many attractive features The number of social media users in Indonesia dominated by teenagers therefore its impact more affecting them. According McQuail (2010: 72) teenagers motive in using social media are : 1). Information 2). Personal identity , 3) Integration and social interaction, and 4). Entertainment. Although some of the motives can be met , the more abuse of social media to fraud , kidnapping , sexual harassment , prostitution , and bullying, even leads to depression. Teenagers have not been able to sort out the useful activity and tend to easily affected by a social environment without considering the implications when be active in social media. Media literacy developed as an instrument to protect people from media exposure in order to have the ability to think critically as well as able to express themselves and participate in media. Teenagers need media literacy as a safe guidance to be active in social media so not become social media abuse victims and capable of using social media to fulfill their needs. This paper will explain social media usage among teenagers as well as its impact accompanied an explanation of urgency and media literacy strategies. The importance of literacy media for adolescent is giving perspectives far more clearly in view and distinguish the real world and the world produced by the media.

Key words : social media, teenagers, motives, abuse, media literacy

*) Akindo Yogya

**) thegreatlecturer@gmail.com , 082135769843

Latar Belakang

Seiring perkembangan internet dan maraknya penggunaan *gadget*, media sosial pun tumbuh pesat. Kemutakhiran teknologi media sosial di sisi konvergensi media, *hyperteks*, dan simulasi membuat media sosial ini semakin diminati. Bahkan, *mobile application* untuk media sosial ini membuat setiap orang bisa menggunakan dimana saja dengan bermodalkan telepon selular (termasuk *smartphone*) sepanjang ada jaringan. Kemunculan berbagai situs jejaring sosial *online* telah mengubah cara berkomunikasi menjadi bentuk komunikasi baru yang dimediasi oleh perangkat komputer atau *gadget* yang memungkinkan setiap orang saling terhubung untuk berkomunikasi dan membangun relasi sosial tanpa batasan ruang dan waktu. Ketersediaan berbagai fitur atau fasilitas pada media sosial menyediakan cara baru dalam mendokumentasikan setiap aspek kehidupan. Selain itu juga memudahkan distribusi informasi yang aktual dan cepat sebagai pemuas rasa ingin tahu masyarakat.

Indonesia berada pada peringkat teratas penggunaan internet untuk media sosial. Sebanyak 83% pengguna internet Indonesia mengunjungi *social networking site* saat *online* (Republika, 2012). Laporan tahunan *We Are Social*, sebuah agensi marketing sosial, mencatat 72 juta pengguna aktif media sosial pada awal tahun 2015. Facebook masih menjadi media sosial yang paling banyak digunakan sedangkan WhatsApp menjadi aplikasi *chatting* yang paling digemari penduduk tanah air (Wijaya, 2015). Interaksi masyarakat pada berbagai tempat dan pada semua tingkat usia telah dipengaruhi oleh media sosial. Timbul pergeseran dalam cara masyarakat berkomunikasi menjadi cenderung lebih memilih komunikasi yang dimediasi media. Masyarakat lebih suka memilih *e-mail* daripada bertemu secara tatap muka, lebih menyukai pesan teks daripada berbicara di telepon.

Media sosial adalah sebuah *media online* yang memudahkan penggunaannya berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Saat ini jenis media sosial yang berkembang di masyarakat cukup banyak, antara lain Facebook, Twitter, Google+, Tumblr, YouTube, Blogger, Path, Instagram, dan lain lain. Ketersediaan berbagai fitur atau fasilitas pada media sosial memberikan kesempatan bagi pengguna untuk dapat mendokumentasikan setiap aspek dari hidupnya. Misalnya, Path menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk berbagi foto dan video, memberitahukan lokasi dan lagu yang sedang didengar oleh pengguna, atau bahkan melakukan percakapan pribadi yang disertai dengan berbagai macam *emoticon* menarik. Facebook dan Twitter menghadirkan fitur "*Likes*" serta "*Retweet*" yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengetahui pendapat pengguna lainnya.

Situs jejaring sosial memungkinkan penggunaannya untuk mendefinisikan profil secara *online*, terhubung dengan individu lain dalam jaringan sosial dunia maya, dapat secara cepat melakukan pemberitahuan tentang suatu kegiatan (*notification*), dan melakukan pengaturan privasi. Pola interaksi dalam situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, dan MySpace memiliki fungsi

menghubungkan individu dengan lingkungan sosialnya (Dashgupta, 2010). Tidak mengherankan jika pertemanan dalam jejaring sosial *online* kini merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Namun terkadang hubungan pertemanan yang terjalin lewat media sosial hanyalah hubungan yang terjadi secara teknis dengan bantuan teknologi komunikasi yang tidak terjadi atau diterapkan di dunia masyarakat sosial.

Kaum muda merupakan bagian terbesar pengguna Internet dan *gadget* telekomunikasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan UNICEF dan Kementerian Komunikasi dan Informatika, pada tahun 2015 pengguna internet di Indonesia yang berasal dari kalangan anak-anak dan remaja diprediksi mencapai 30 juta. Remaja terlahir dan tumbuh dengan media sosial sebagai bagian dari hidup kesehariannya. Mereka yang lahir di tahun 1990an, ketika teknologi digital hadir, kemudian disebut *digital natives* yaitu generasi internet, *digital generation*, atau para *millenials*. Generasi ini mengakses teknologi jejaring digital serta memiliki keterampilan dan pengetahuan tentang komputer. Berpartisipasi di media *online* merupakan salah satu ciri pembeda karakter remaja masa kini sebagai *digital generation* yang membedakan mereka dengan remaja seusianya terdahulu.

Remaja adalah kalangan paling produktif dalam penggunaan situs media sosial sebab ada peluang bagi remaja untuk mengekspresikan diri, bersosialisasi, terlibat dalam masyarakat, menambah kreativitas, dan menambah kemahiran baru melalui *social networking site* (Livingstone, 2008:397). Bahkan penelitian oleh Common Sense Media dari Amerika Serikat pada tahun 2012 menyatakan bahwa media sosial atau komunikasi lewat media digital lainnya telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari di kalangan remaja. Responden mereka adalah remaja berusia 13-17 tahun. Data mereka menunjukkan, 51% responden mengunjungi situs jejaring sosial setiap hari. Bahkan, 34% remaja membuka jejaring sosial utama mereka beberapa kali dalam sehari. 23% responden dinyatakan sebagai "*heavy*" *social media user*, yaitu mereka yang menggunakan setidaknya dua jenis media sosial setiap harinya (Hanjani, 2013)

Penggunaan media sosial dimotivasi oleh dua kebutuhan primer, yaitu kebutuhan untuk bersama dan kebutuhan presentasi diri. Manusia terhubung dengan berbagai aplikasi media sosial yang membantu mereka untuk terhubung dengan manusia lain yang bisa berjarak ribuan mil melalui layar dan jaringan. Hubungan atau pertemanan *on line* ini memenuhi kebutuhan untuk bersama. Remaja memiliki kebutuhan untuk memiliki dan bersama dalam jaringan sosialnya serta meningkatkan hubungan interpersonal untuk mengaktualisasikan diri. Sementara kebutuhan presentasi diri dipenuhi dengan caramembangun sebuah *image* yang baik. Ada berbagai jenis presentasi diri yang bisa terlihat di media sosial, yaitu menuliskan kata-kata bijak di status maupun *tweets*, menyampaikan kritik, mengkomunikasikan kondisi pribadi saat ini, menyampaikan aktivitas dan lokasi saat ini, dan berbagai cara lainnya. Selain kata-kata, presentasi diri juga dikombinasi dengan video, gambar dan foto seperti foto-foto di berbagai lokasi, foto bersama figur publik seperti pejabat negara, pakar atau ahli, aktor/artis, foto hasil karya sendiri. Kehadiran media sosial, yang

membuat setiap pengguna menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, meningkatkan variasi atau memberikan ruang yang luas dalam presentasi diri.

Berdasarkan data yang dilaporkan PewResearch pada tahun 2012, 95 % remaja dengan rentang usia 12 - 17 tahun aktif secara *online*. Survei yang melibatkan 802 remaja tersebut melaporkan bahwa 81 % remaja menggunakan situs jejaring sosial *online*. Ada 77 % remaja aktif dan menggunakan *Facebook*, dan 24 % menggunakan *Twitter*. Aktifitas remaja selama aktif dalam jejaring sosial *online* di antaranya adalah menempel foto akun jejaring sosial *online*, 49 % memposting nama sekolah, menempel kota asal, memberitahu nama asli, posting kesukaan seperti film, musik dan buku, *posting* tanggal lahir, *posting* status hubungan pacaran, dan *posting* video tentang diri. Lewat aktifitas dan intensitas pergaulan dunia maya ini, mereka terobsesi untuk menjadi pusat perhatian teman-teman sebayanya atau bahkan orang dewasa lainnya. Keinginan untuk lebih baik dan menjadi paling hebat mendorong mereka untuk berperilaku ganda, yang dalam dunia nyata biasanya pendiam dapat menjadi sangat hiperaktif di dunia maya untuk mengekspresikan dirinya. Melalui berbagai informasi yang dipublikasikan di media sosial, remaja bisa memperoleh dan menguatkan status sosialnya.

Remaja menjadi masa yang paling rawan dalam tahap perkembangan individu. Pada umumnya memiliki karakteristik sebagai seseorang yang eksploratif karena selalu ingin tahu, mudah terpengaruh, cenderung menerima begitu saja isi media. Di sisi lain, mereka akrab dengan teknologi sehingga tidak takut berhadapan dengan hal baru, kritis, dan cenderung idealis. Tentu saja karakter mereka akan mempengaruhi perilaku dalam menggunakan media sosial. Penggunaan secara positif terlihat dalam hal pengaktualisasian diri, berbagi tugas sekolah, dan bermain. Sementara pemanfaatan media sosial sebagai sarana hiburan yang seringkali ke luar batas menyebabkan banyak remaja lupa waktu belajar sehingga berdampak pada penurunan prestasi mereka di sekolah. Gaya belajar remaja sekarang sangat rentan terdistraksi karena sering terganggu ketika mendapat panggilan *chatting* dari teman. Belum lagi kebiasaan menulis status ataupun berkicau ketika sedang belajar atau mengeluhkan sulitnya pelajaran.

Karakteristik Internet yang tidak menghadirkan kontak fisik dikombinasikan dengan komunikasi tekstual pada situs jejaring sosial dapat dengan cepat mengubah batasan pada diri seseorang menjadi lebih terbuka pada pihak lain yang belum dikenal dengan baik. Mereka merasa telah berbagi pikiran dengan orang lain yang mereka temui di internet melalui media sosial. Ketika berinteraksi melalui komunikasi tekstual dalam ruang lingkup *online* seseorang berpikir melebihi apa yang sebenarnya mereka hadapi atau mereka peroleh. Dengan cara seperti itu, remaja lebih merasa diterima dalam lingkungan *online* sehingga remaja mengalami penggunaan internet bermasalah yang dicirikan melalui keinginan yang tinggi untuk melakukan komunikasi dalam bentuk tekstual melalui interaksi sosial dalam situs jejaring sosial. Hal ini dikhawatirkan memicu *cyber crime* seperti penculikan, *bullying* maupun penipuan karena keterbukaan mereka dalam mengungkapkan dirinya bisa saja disalahgunakan

oleh orang lain. Pernah dilaporkan beberapa kasus remaja hilang yang ternyata kabur bersama teman yang baru saja dikenalnya di Facebook.

American Academy of Pediatrics (AAP) melaporkan hasil penelitiannya yang menyebutkan bahwa media sosial, termasuk situs jejaring sosial seperti *Facebook, MySpace, dan Twitter, situs game dan virtual* bahkan untuk Situs video seperti *YouTube* dan blog lainnya, telah menyebabkan masalah *cyberbullying* dan fenomena baru yang disebut "Depresi Facebook" yang didefinisikan sebagai depresi yang terjadi ketika pra remaja (anak-anak) dan remaja banyak menghabiskan waktu di situs media sosial yang pada akhirnya mulai menunjukkan adanya gejala depresi (hai-online.com)

Kesadaran pengguna remaja terhadap karakteristik media baru, seperti halnya media sosial, perlu ditumbuhkan agar dapat mengurangi dampak yang ditimbulkannya. Tingkat literasi media para *digital native* ini memang masih belum memadai. Mereka memerlukan keterampilan sosial baru agar dapat secara efektif terlibat dalam kolaborasi menggunakan jejaring sosial di internet. Kemampuan literasi media (*media literacy*) khususnya internet bagi seseorang menjadi suatu kompetensi yang harus dimiliki mengingat cepatnya penyebaran informasi dan beragamnya informasi sejalan dengan perkembangan teknologi informasi. Literasi dan etika terhadap media baru menjadi kunci bagi remaja untuk bisa memperkaya identitas serta menjaga privasi yang dimilikinya. Literasi media dikembangkan sebagai alat dalam melindungi orang dari paparan media.

Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Baru

Era media sosial dimulai sekitar 20 tahun yang lalu ketika Bruce dan Susan Abelson membuat "Open Diary", yaitu *social networking sites (SNS)* awal yang mempertemukan para penulis buku harian online dalam satu komunitas (Kaplan dan Haenlein, 2010:60). Media sosial dikenal sebagai suatu media interaksi *online* yang meliputi blog, forum, aplikasi *chatting* sampai dengan *social network* (jejaring sosial), yaitu sebuah jejaring yang memuat interaksi sosial dan relasi hubungan interpersonal berupa web atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain dengan cara saling bertukar informasi, komentar, pesan, gambar, dan video. Sedangkan SNS (*Social Networking Sites*) adalah istilah untuk situs atau website yang digunakan, yaitu Facebook, Twitter, Path, Tumblr, Pinterest, Instagram, dan sebagainya. Media sosial dan jejaring sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Pengertian media sosial sama dengan definisi SNS oleh Boyd dan Ellison (2008:211), yaitu layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk (1) menciptakan *profile* publik atau semi-publik dalam suatu sistem tertentu (2) menentukan daftar siapa saja yang bisa ia ajak *sharing* dalam koneksinya, dan (3) melihat dan menelusuri kumpulan daftar koneksinya beserta hal-hal yang dibuat oleh pengguna lain dalam sistem tersebut.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010:61-62) media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar konsep dan

teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *User Generated Content* dan mengklasifikasikannya menjadi enam jenis, yaitu :

1. Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan *user*-nya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun *me-remove* konten – konten yang ada di website ini. Contohnya wikipedia.

2. *Blog* dan *microblog*

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter, Blogspot, Tumblr, wordpresdan lain-lain.

3. Konten

Para *user* dari pengguna website ini saling meng-*share* konten – konten media, baik seperti video, ebook, gambar dan lain-lain. Contohnya Youtube.

4. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh Facebook, Path, Instagram dan lain-lain.

5. *Virtual game world*

Dunia virtual dimana mereplikasikan lingkungan 3D, di mana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata, contohnya *game online*.

6. *Virtual social world*. Dunia virtual di mana penggunanya merasahidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih kearah kehidupan, contohnya *second life*.

Thackeray *et al.*(2012 : 2) merangkum berbagai definisi tentang media sosial untuk sampai pada kesimpulan bahwa media ini merujuk ke ke aktivitas, praktik, dan perilaku di dalam komunitas yang berhimpun untuk tujuan berbagi informasi, pengetahuan, dan pendapat melalui media percakapan. Secara umum, aplikasi media sosial dapat dikategorikan menjadi forum dan *message boards*, situs ulasan dan opini, *blogging* dan *microblogging*, *bookmarking*, dan *media sharing*. Definisi ini agak lebih jelas sebab memperlihatkan perbedaan antara media sebagai sebuah aktivitas dan aplikasi teknologi sebagai sarana yang memungkinkan aktivitas itu. Pandangan serupa terlihat pada definisi yang menganggap media sosial sebagai strategi komunikasi dan *outlet* penyebaran pesan, sementara jejaring sosial merupakan perangkat untuk menghubungkan manusia dengan manusia lainnya.

Internet memperkenalkan modernitas hubungan yang dapat dilakukan tanpa harus berada dalam ruang dan waktu yang bersamaan. Manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu secara fisik, yang salah satunya dilakukan melalui media sosial. Kebutuhan berkomunikasi dan bersosialisasi dapat berlangsung lewat internet namun di sisi lain juga dapat menurunkan tingkat kualitas hubungan seseorang dalam dunia nyata dan penggunaan internet bermasalah dapat mengakibatkan gangguan pada kehidupan sehari-hari. (Young, 1998; Davis, Flett, & Besser, 2002). Penggunaan internet bermasalah

dicirikan melalui keinginan yang tinggi untuk melakukan komunikasi dalam bentuk tekstual melalui jejaring sosial.

Gamble, Teri, dan Michael (2002 : 76) menyebutkan ciri-ciri media sosial adalah sebagai berikut :

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Tak bisa dipungkiri bahwa media sosial berpengaruh pada kemampuan individu untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Booth dalam Keller (2013) menyatakan bahwa media sosial mempengaruhi bagaimana masyarakat terlibat antara satu sama lain pada berbagai tempat dan pada semua tingkat usia. Penelitian telah menunjukkan bahwa individu benar-benar menjadi lebih sosial dan lebih interaktif dengan orang lain, namun terdapat perubahan dalam gaya berkomunikasi menggunakan komputer berjejaring internet.

Gaya komunikasi baru ini sesuai dengan teori CMC (*Computer Mediated Communication*) yang diperkenalkan oleh Walther dalam Blake dan Haraldsen (2003 : 2). Proses komunikasi bersifat *virtual* (maya) dengan menggunakan data teks komputer tanpa tatap muka sehingga mengurangi arti dari hubungan *interpersonal*. Meskipun demikian tidak mengurangi esensi komunikasi jika merujuk pada pengertian komunikasi sebagai tindakan atau proses transmisi dalam penyampaian informasi, ide, emosi, ketrampilan dan seterusnya melalui penggunaan simbol, kata, gambar, angka, grafik dan lain-lain (Berelson dan Steiner dalam Mulyana (2007:62).

Komunikasi yang dilakukan manusia berjalan di berbagai level komunikasi. Mulai dari komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, hingga komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan level komunikasi terbesar, dimana cakupan sasaran komunikasinya bisa dikatakan terbanyak, orang yang terlibat didalamnya pun juga terbanyak. Komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan yang ditransmisikan ke sasaran audience yang banyak dan tersebar luas, dengan menggunakan koran, majalah, televisi, radio, dan internet (Adler & Rodman, 2006: 8).

Karakteristik media yang selama ini dikenal telah melebur dalam media baru karena terbentuknya *mass-self communication*. Media baru menunjukkan kombinasi antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa. Karena menjangkau khalayak secara global maka bisa dikatakan komunikasi massa, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal. (Utari, 2011:52-53)

Presentasi Diri dalam Media Sosial

Boyd dan Ellison (2008:211) melihat keunikan media sosial bukanlah karena ia memungkinkan orang-orang untuk berinteraksi dengan orang-orang asing, melainkan kemampuannya untuk membuat seseorang bisa menunjukkan dan menampakkan diri mengenai kehidupan pertemanan sosial mereka.

Berbagai fitur yang tersedia di media sosial membiasakan masyarakat untuk hidup dan mempresentasikan kehidupan yang "likeable" (Jurgenson, 2012). Pengguna media sosial bisa memberitahukan lokasi, mendokumentasikan situasi, dan juga memuat kutipan percakapan yang didengar di suatu tempat. Hasil dokumentasi tersebut akan dilihat secara langsung oleh penonton yang bisa menyaksikan semuanya. Kesadaran pengguna akan penilaian orang lain terhadap kehidupan dirinya secara tidak sadar meningkat. Pemilihan foto untuk dijadikan *profile picture* maupun status yang diperbarui didasarkan pada sejauh mana hal tersebut akan disukai oleh orang lain. Akibatnya banyak orang berusaha untuk selalu mencari momen-momen dalam hidup yang sekiranya akan mampu menarik sebagian besar komentar dan "likes".

Sejalan dengan pernyataan Rachmah(2012), setiap individu mampu menampilkan karakter diri yang berbeda ketika berada di dunia maya dengan dunia nyata. Berawal dengan pemikiran bahwa manusia adalah aktor dalam panggung kehidupan ini, maka apa yang ditampilkan di panggung akan berdasarkan penataan. Begitu pula ketika menggunakan media sosial, setiap individu akan melakukan presentasi diri dengan berbagai cara. Kehadiran media sosial seperti Facebook, Twitter, Blog dan LinkedIn memberikan ruang yang seluas-luasnya bagi setiap individu untuk berkreasi dalam menampilkan diri masing-masing.

Setiap individu mampu menampilkan karakter diri yang berbeda ketika berada di dunia maya dengan dunia nyata. Inilah yang disebut dengan istilah dramaturgi atau presentasi diri yang menjelaskan bagaimana seseorang menampilkan diri pada lingkungan atau panggung tertentu. Goffman (1959) menyatakan bahwa individu disebut aktor, mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Presentasi diri atau sering juga disebut manajemen impresi (*impression management*) merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan. Presentasi diri yang dilakukan ini bisa dilakukan oleh individu atau bisa juga dilakukan oleh kelompok individu/tim/organisasi.

Jika presentasi diri ini dibawa dalam kehidupan virtual, maka terbentuk sebuah identitas virtual (*Virtual Identity*). Identitas virtual yang terbentuk bisa sangat bervariasi. Bahkan, format teknologi Web 2.0 dan kemajuan media baru membuat identitas virtual merupakan sebuah proses yang terus menerus selayaknya proses yang terjadi di dunia nyata (Lister, *et al.*, 2009:269). Identitas juga menjadi salah satu fokus dari Haraway (1991) mengenai perpaduan antara manusia dengan teknologi yang tergambarkan dalam *cyborg*. Selain itu, identitas juga bisa dilihat dari sisi mengkonstruksi kembali identitas diri maupun komunitas (Turkle, 1997).

Jones (1990) membuat rangkuman dari lima strategi dalam konstruksi presentasi diri yang diperoleh dari eksperimen terhadap situasi interpersonal:

1. *Ingratiation*

Tujuan pengguna strategi ini adalah agar ia disukai oleh orang lain. Beberapa karakteristik umum yang dimiliki adalah mengatakan hal positif tentang orang

lain atau mengatakan sedikit hal-hal negatif tentang diri sendiri, untuk menyatakan kesederhanaan, keakraban dan humor. Misalnya : memberikan apresiasi terhadap foto- foto pengguna lainnya atau berbalas-balasan status maupun tweets.

2. *Competence*

Tujuan dari strategi ini agar dianggap terampil dan berkualitas. Karakteristik umum meliputi pengakuan tentang kemampuan, prestasi, kinerja, dan kualifikasi. Beberapa pengguna media sosial dengan profesi tertentu seperti analis politik akan menggunakan akun media sosialnya untuk memberikan tanggapan mengenai kondisipolitik saat ini. Tentu akan diupayakan untuk menunjukkan kompetensinya. Begitu pula dalam media sosial yang fokus ke arah karya seni. Pengguna akan berupaya sebaik mungkin untuk menampilkan karya-karya terbaik di dalam media sosialnya

3. *Intimidation*

Pengguna strategi ini bertujuan untuk memperoleh kekuasaan. Karakteristik umum yang dimiliki adalah ancaman, pernyataan kemarahan, dan kemungkinan ketidaksenangan. Strategi ini bisa dilihat dari akun-akun media sosial pengguna yang mengekspresikan rasa tidak suka atau tidak setuju dengan sangat eskpresif.

4. *Exemplification*

Tujuan dari strategi ini agar dianggap secara moral lebih unggul atau memiliki standar moral yang lebih tinggi. Karakter umumnya adalah komitmen ideologis ataumilitansi, pengorbanan diri, dan kedisiplinan diri. Umumnya berupa foto ataugambar-gambar bersifat nasionalis, atau menggambarkan ideologi tertentu. Pengguna bisa juga memanfaatkan strategi ini dengan memberikan komentar-komentar terkait pemberantasan korupsi, mafia hukum, dan lain-lain.

5. *Supplication*

Tujuannya adalah tidak berdaya sehingga orang lain akandatang untuk membantu orang tersebut. Karakter dari pendekatan presentasi diritermasuk memohon bantuan dan rendah diri. Strategi ini bisa terlihat dalam riwayat status atau tweets (*Timeline*). Pengguna terkadang menulis: "apa lagi cobaan yang akan datang", "saya sudah tidak sanggup lagi", dan beberapa tulisan lain yang menunjukkan dirinya sedang tidak berdaya atau dalam kondisi yang kurang bagus.

Strategi-strategi tersebut di atas bisa dipakai oleh pengguna dalam memodifikasi akun media sosialnya. Pengguna bisa menggunakan segala fitur yang ada pada media sosial tertentu untuk mencapai strategi yang ingin dipakai

Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja

Masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluhan tahun (Papalia dan Olds, 2001). Pada masa remaja terjadi perubahan yang cepat baik secara fisik maupun psikologis.

Memasuki masa remaja ini, seseorang mulai mengalami beberapa perubahan, di antaranya adalah perubahan perkembangan kognitif dan sosial

dalam diri individu yang akan mempengaruhi perilaku, sikap dan nilai-nilai sepanjang masa remaja (Mukhtar, *et al.*, 2003). Perubahan perkembangan kognitif dan sosial pada remaja menjadilah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan internet.

Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya *memposting* kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Semakin aktif seorang remaja di media sosial maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Sebaliknya kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul. Ini menunjukkan fungsi Komunikasi sebagai Eksistensi Diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Modifikasi frase dari Rene Descartes *dalam* Mulyana (2007 : 12) *Cogito Ergo Sum* (Saya berpikir maka saya ada) menjadi "Saya berbicara maka saya ada". Jika kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis. Namun ketika kita berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

Penggunaan jejaring sosial seperti Facebook dimotivasi oleh dua kebutuhan primer yaitu kebutuhan untuk bersama dan kebutuhan untuk presentasi diri. Remaja memiliki kebutuhan untuk memiliki dan bersama dalam jaringan sosialnya serta meningkatkan hubungan interpersonal untuk mengaktualisasikan diri melalui keterampilan interpersonal. Pengungkapan diri merupakan keterampilan interpersonal yang penting dalam perkembangan remaja. Namun sebagian besar dari remaja memiliki ketrampilan sosial yang rendah (Goldner, 2008). Sedangkan hal-hal yang berkontribusi secara positif terhadap kebutuhan presentasi diri adalah neurotisme, narsisme, rasa malu, dan harga diri.

Turkle *dalam* James (2009) mendeskripsikan internet sebagai ruang subur bagi remaja untuk membebaskan diri dari kekangan fisik, sosial, dan ekonomi di dunia nyata, individu dapat mencoba berbagai identitas di lingkungan yang dianggap memiliki resiko yang rendah. Remaja bisa menggunakan berbagai nama gaul, menulis dengan gayanya sendiri, dan menunjukkan personalitinya yang tidak bisa ditunjukkan di dunia nyata. Internet memungkinkan lebih banyak bentuk ekspresi diri dan ruang untuk refleksi diri.

Feedback dari orang lain di ruang digital bisa membantu pembentukan identitas remaja. Bila di dunia nyata, mereka hanya memperoleh *feedback* dari orang-orang terdekat, di internet, *feedback* bisa berasal dari banyak orang, yang menjadi *friends* atau *follower*-nya. Dari *feedback* tersebut, remaja dapat melihat bagaimana reaksi orang lain, positif atau negatif, dan dengan mudah dapat mengubah keputusan berdasarkan *feedback* tersebut. *Feedback online* menjadi validasi identitas seseorang. Perkembangan manusia terjadi dalam konteks sosial dan didukung oleh *feedback* yang membantu individu menyatukan konsepsi diri mereka dengan persetujuan masyarakat atas dirinya (Stern *dalam* James, 2009).

Menurut Castiglione (2008) *dalam* Blau, (2011) remaja memiliki kecenderungan mengikat diri ke dalam dunia maya sebagai wujud eksistensi dunia nyata. Ditinjau dari tugas perkembangan masa remaja memiliki tugas penting

untuk mampu bergaul (Gunarsa dan Gunarsa, 2006 : 43). Hal ini memberikan implikasi bahwa remaja harus mulai menjalin relasi dan berinteraksi dengan orang lain dalam mengungkapkan diri (*selfdisclosure*)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bargh, McKenna, dan Fitzsimons (2002), tampak bahwa remaja yang pemalu dengan ketrampilan sosial yang rendah mampu mengekspresikan apa yang mereka anggap menjadi diri sejati lebih mudah melalui media jejaring sosial *online* dibandingkan melalui interaksi tatap muka. Individu yang *introvert* dilaporkan memiliki motivasi yang signifikan untuk bergabung dalam *Facebook* (Amichai-Hamburger, Wainapel, dan Fox dalam Baron dan Branscombe, 2012).

Remaja adalah titik dimana mereka berusaha untuk membangun identitas untuk membentuk kelompok sosial, dan untuk menegosiasikan makna budaya yang mereka miliki. Dan di antara semuanya, media menjadi bagian pusatnya. Media tidak hanya menjadi tempat pusat bagi kehidupan sosial dan budaya remaja, melainkan juga penting dalam membentuk konsep kita akan remaja sebagai kategori generasi yang berbeda (Osgerby, 2004)

Individu memiliki kebutuhan kompleks yang perlu dipenuhi melalui penggunaan berbagai media. Kebutuhan individu ini pun banyak menentukan beragam pilihan atas media yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhannya. Teori *uses and gratification* (Blumer, Katz dan Gurevitch, 1974) menjelaskan bahwa individu memilih pesan dari media didasari oleh motif yang disesuaikan kebutuhan masing-masing individu. Motif penggunaan media didasarkan pada pendapat McQuail (2010:72) yakni :

1. Informasi,

Motif informasi adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk mencari dan mengetahui hal-hal baru yang terjadi di dalam kehidupannya. Pengguna media sosial mencari berita, informasi, pengetahuan, atau sesuatu yang baru dari teman, keluarga, guru, atau pun dari lingkungan sekitarnya didorong oleh situasi sosial yang meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan oleh media.

2. Identitas Pribadi

Motif identitas pribadi adalah dorongan untuk mengenal dirinya sebagai pribadi sendiri serta tidak tenggelam dalam peran yang dimainkan, dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui media. Penguatan diri bisa didapat melalui media karena dengan media seseorang dapat memperkenalkan identitas dirinya pada pengguna media yang lain.

3. Integrasi dan Interaksi sosial,

Melalui motif ini orang bisa menyesuaikan diri dengan lingkungannya, dan selalu ingin berinteraksi dan berkomunikasi dengan teman maupun keluarganya. Integrasi sosial adalah mengendalikan, menyatukan, atau mengaitkan unsur-unsur sosial atau kemasyarakatan agar mudah mengikuti lingkungan.

4. Hiburan.

Motif hiburan yaitu melepaskan diri dari permasalahan dan bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, menyalurkan emosi.

Mencari hiburan dan bersenang-senang akan lebih tepat dilakukan bersama. Penggunaan media menurut pendapat Snow *dalam* Moss dan Tubbs (2000: 212) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati..

Dampak Penggunaan Media Sosial

Walaupun banyak dampak positif penggunaan media sosial, seperti misalnya sebagai sarana memperluas pergaulan, menambah wawasan, menjadi media promosi dan pemasaran, bahkan juga menjadi agen perubahan sosial dalam menggalang dukungan, tulisan ini lebih menyoroti dampak negatif penggunaan media sosial. Hal ini terkait dengan tawaran solusi untuk membekali remaja dengan literasi media sosial. Sama sekali tidak bermaksud meniadakan dampak positif tersebut.

Ketergantungan remaja terhadap media sosial memang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya yang tidak begitu banyak terpapar oleh beragam media sosial tersebut. Tidak bisa dipungkiri bahwa akses ke situs jejaring sosial bisa mengakibatkan kecanduan. Setelah memiliki *account* dalam sebuah situs jejaring sosial, orang pasti akan selalu penasaran untuk mencari dan menambah teman, melihat komentar orang lain, atau mengunggah foto-foto terbaru.

Terlalu banyak menggunakan waktu untuk *online* yang tidak penting juga bisa menimbulkan beragam dampak negatif, di antaranya adalah: waktu untuk belajar menjadi berkurang karena waktu lebih banyak digunakan untuk *online*. Kemungkinan untuk terjebak mengonsumsi situs-situs yang tidak bertanggung jawab akan semakin besar. Berkurangnya interaksi sosial dalam kehidupan nyata baik dengan keluarga, saudara maupun teman. Pemanfaatan waktu luang untuk kegiatan positif akan semakin berkurang karena waktu lebih banyak digunakan untuk *online*. Kemungkinan teresebarnya data-datapenting pribadi akan semakin besar (Hartoko, 2010 : 14).

Manusia saat ini terhubung dengan berbagai aplikasi media sosial yang membantu mereka untuk terhubung dengan manusia lain yang bisa berjarak ribuan mil melalui layar dan jaringan. Namun pada saat yang sama membuat jarak dengan mereka yang dekat dan mengalienasi mereka dengan lingkungan sosialnya. Kadang mereka lupa bahwa mereka hidup bukan hanya di dunia maya tapi juga di dunia nyata. Manusia pun terjebak menjadi makhluk citra, baik dalam artian secara harfiah maupun secara kiasan. Media sosial itu bisa dianggap sebagai rumah atau diri sendiri di dunia maya. Perkembangan teknologi sampai saat ini

memungkinkan kehadiran pengguna di media sosial hanya sebatas representasi dirinya yang diistilahkan sebagai *virtual self*, *digital me*, *virtual me*, *virtual identity*, belum sampai pada tampilan diri seutuhnya.

Di dunia pendidikan, mahasiswa yang kecanduan jejaring sosial merupakan persoalan besar. Konsentrasi mahasiswa dengan kuliah dan tugas-tugasnya jelas terganggu. Itulah sebabnya, banyak otoritas perguruan tinggi yang melarang mahasiswanya mengakses jejaring sosial selama berada di kampus atau

memblok situs-situs tersebut dari jaringan internet perguruan tinggi. University of New Mexico pada tahun 2005 melarang akses jejaring sosial bagi mahasiswa. Kalangan perguruan tinggi di Kanada juga mempublikasikan kenyataan bahwa 24% masyarakat di negara itu melihat dampak negatif dari Facebook (Kumorotomo, 2012)

Depresi Facebook dapat mempengaruhi remaja yang terobsesi pada situs *online*. Remaja-remaja yang gagal bergaul di Facebook akan menjadi remaja yang rendah diri. Dengan menghitung jumlah teman, *update status* dan foto-foto bersama teman, Facebook bisa membuat beberapa anak merasa buruk jika tidak bisa melakukan hal yang serupa. Dr Megan Moreno dari University of Wisconsin yang mempelajari jaringan sosial *online* di kalangan mahasiswa mengatakan bahwa menggunakan Facebook dapat meningkatkan perasaan keterhubungan sosial di kalangan remaja, namun juga memiliki efek berlawanan pada orang-orang yang rentan terhadap depresi (Harnowo, 2011).

Remaja yang mengalami gejala depresi dapat mengganggu aktivitas sosial sehari-harinya, termasuk kegiatan belajarnya di sekolah. Beberapa gejala gangguan depresi pada remaja dapat berupa perasaan sedih yang berlarut-larut, selalu murung, , hilang minat dan semangat, malas beraktivitas, gangguan pola tidur dan menunjukkan emosi lainya secara berlebihan seperti cepat marah atau juga cepat menangis. Dalam banyak kasus depresi disebutkan sebagai salah satu penyebab utama adanya kejadian bunuh diri.

Pemuatan gambar-gambar tendensius, kurang senonoh, serta bentuk-bentuk manipulasi yang lain hingga kemungkinan terbukanya tindakan kriminal juga menjadi sisi buruk penggunaan media sosial. Beberapa kali muncul berita di media tentang penyalahgunaan situs jejaring sosial yang digunakan untuk melakukan penipuan. Pernah diberitakankasus seorang remaja laki-laki membawa kabur remaja perempuan yang dikenal lewat situs jejaring sosial. Terkuaknya bisnis prostitusi *on line* beberapa waktu lalu menambah banyak deretan penyalahgunaan media sosial.

Privasi menjadi masalah besar yang diremehkan oleh pengguna media sosial. Mereka sering tidak ingat lagi apa yang telah disebarkan melalui media sosial padahal orang lain mungkin sudah merekam apa saja kegiatan sehari-harinya. Terbukanya informasi memudahkan para *hacker* mencuri data pribadi untuk tujuan-tujuan tertentu atau menyebarkan virus aplikasi. Bahkan menjadi pemicu tindak kriminal seperti penipuan maupun penculikan oleh pelaku *human trafficking*. Pelecehan seksual dan perkosaan pernah dilaporkan dilakukan oleh oknum yang diawali perkenalan di jejaring sosial.

Cyberbullying juga mengintai pengguna situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter. *Cyberbullying* merupakan intimidasi yang dilakukan seseorang pada orang lain yang dilakukan melalui *chatroom* , media sosial, email dan *website* dalam bentuk seperti fitnah, penghinaan, pengancaman atau dibocorkannya aib seseorang. Mereka membuat situs atau blog untuk menjelek-jelekkan korban ataumembuat masalah dengan orang lain dengan berpura-pura menjadi korban. Ada pula pelaku yang mencuri *password* akun *e-mail* atau situs

jejaring sosial korban dan mengirim pesan-pesan mengancam atau tak senonoh menggunakan akun milik korban.

Urgensi dan Strategi Literasi Media

Ketersediaan berbagai *gadgets* berbasis digital menciptakan lanskap yang kaya media (*rich media landscape*) sehingga anak-anak dan remaja memerlukan pula keterampilan sosial baru agar dapat secara efektif terlibat dalam kolaborasi menggunakan jejaring sosial di internet (Jenkins, *et.al*, 2006).

Kesadaran pengguna remaja atas karakteristik media baru diharapkan dapat mengurangi akses negatif terhadap dampak yang ditimbulkannya. Literasi dan etika terhadap media baru menjadi kunci bagi remaja untuk bisa memperkaya

identitas serta menjaga privasi yang dimilikinya. Mereka membutuhkan kemampuan memahami, menganalisis, mengolah dan menggunakan informasi secara cerdas

Literasi media merupakan sebuah perspektif yang digunakan ketika berhubungan dengan media untuk menginterpretasi makna suatu pesan yang diterima. Orang membangun perspektif tersebut melalui struktur pengetahuan yang terkonstruksi dari kemampuan menggunakan informasi. (Potter, 2004 : 22). Media Awareness Network (2011) memperluas definisi literasi media meliputi media digital seperti komputer, ponsel, dan internet; meliputi perangkat keras dan perangkat lunaknya.

Rosenbaum, *et al* (2007) dan Martens (2010) menyimpulkan adanya kesepakatan bahwa literasi media setidaknya memiliki dua komponen dasar: pengetahuan dan keterampilan. Rosenbaum, *et al* (2007) menyebutkan bahwa pengetahuan dan keterampilan tersebut menyangkut hubungan antar khalayak, produsen, dan media; sedang Martens (2010) mengkategorikan pengetahuan dan keterampilan literasi media dalam empat aspek: industri media, pesan media, khalayak media, dan efek media. Walau berbeda dalam mengelompokkan subyek pengetahuan dan keterampilan literasi media, keduanya sepakat bahwa ada beberapa elemen dasar dalam literasi media, seperti (a) media itu dikonstruksikan, (b) setiap orang dapat mempersepsikan pesan yang sama secara berbeda, dan (c) ada pengaruh media terhadap khalayak.

Literasi media baru atau literasi digital melingkupi kecakapan dalam berinteraksi dengan media internet, *handphone*, dan *game*. Paling tidak ada lima fokus dalam literasi media : (1). Peningkatan kecakapan individu dalam menggunakan media. (2). Pemahaman yang lebih baik atas realitas sesungguhnya melalui realitas media. Hal ini terutama diterapkan pada orang dewasa atau orang tua dalam menemani anak-anaknya dalam berinteraksi dengan media (Orange & O'Flynn, 2007). (3). Literasi media sebagai sebuah upaya pembelajaran yang merujuk pada cara informasi dikemas dan didistribusikan. Fokus ketiga ini biasanya ditujukan kepada siswa di sekolah-sekolah (Bus & Neuman (eds.), 2009). (4). Literasi media berfokus pada pemahaman kritis atas apa yang disampaikan oleh media yang bertujuan membuat khalayak mengambil manfaat bagi dirinya sendiri dengan merefleksikan pengalaman personal hidupnya. (5). Literasi media pada level makro untuk pemberdayaan masyarakat.

Pada dasarnya literasi media adalah salah satu cara untuk menguatkan masyarakat sipil ketika berhadapan dengan media

Urgensi literasi media bagi remaja disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu : (a). Remaja membutuhkan ketrampilan berpikir kritis, mengekspresikan diri dan berpartisipasi dalam media sosial, (b). Konsumsi media sosial dan *booming* pesan-pesan di media sosial memerlukan panduan aman dalam menyikapinya, (c). Media sosial mempengaruhi cara kita mempersepsi sesuatu, membentuk kepercayaan dan perilaku. Jika kita mengetahui cara media mempengaruhi kita, maka kita dapat mengurangi ketergantungan pada media, (d). Mengetahui dan memahami apa yang berada di balik gambar sehingga tidak mudah terbuju oleh tampilan visual yang dapat mempengaruhi pikiran.

Di Indonesia, kegiatan literasi media lebih didorong oleh kekhawatiran bahwa media dapat menimbulkan pengaruh negatif. Anak dan remaja menjadi kelompok penerima manfaat (*beneficiaries*) dalam banyak kegiatan literasi media karena kelompok usia ini dianggap sebagai kelompok yang paling rentan terhadap potensi dampak negatif media sehingga perlu dilindungi. Meski demikian, anak dan remaja jarang menjadi khalayak sasaran langsung dalam program literasi media.

Secara mendasar ada 3 strategi kegiatan literasi media bagi remaja untuk menjawab kebutuhan sesuai konteks Indonesia. **Pertama**, membentuk lembaga yang berperan melakukan sosialisasi dan konsultasi remaja tentang cerdas bermedia, sekaligus menjadi acuan atau referensi dalam pemecahan persoalan terkait dengan literasi informasi dan media. Di lembaga inilah strategi dan sinergitas komunikasi dikembangkan **Kedua**, mewujudkan kerjasama kelembagaan untuk bersama-sama menjalankan Literasi Media yaitu tumbuhnya suasana dan kondisi yang bisa membuat dan mendorong remaja untuk bisa berpikir kritis dan berpartisipasi secara aktif. Hal ini mungkin bisa difasilitasi dengan adanya keberadaan strategi komunikasi yang bisa memprioritaskan program pemberdayaan masyarakat sipil. **Ketiga**, adanya kesiapan atau koordinasi yang berkualitas dari lembaga-lembaga yang bergerak dalam literasi media

Media literasi adalah topik yang sangat menarik bagi penggiat dan akademisi di bidang media. Mereka menjadi insiator dari berbagai model gerakan media. Namun ternyata isu ini tidak terlalu populer di masyarakat umum. Tidak banyak masyarakat awam yang terlibat dalam gerakan literasi media. Selain itu pemerintah dan donor asing tidak memandang masalah ini menjadi isu yang serius.

Kegiatan literasi media seharusnya menjadikan individu khalayak media memiliki nilai-nilai tertentu sehingga bisa membedakan mana konten media yang dipandang baik dan dipandang buruk. Mampu mendapatkan manfaat dari penggunaan situs jejaring sosial sebagai sarana pengungkapan diri dan membentuk *social support* sehingga kehadiran situs jejaring sosial dapat membantu berkembangnya pembentukan identitas dalam diri remaja

Kemampuan menggunakan media juga salah satu hal penting dalam proses pendidikan literasi media. Bagaimana mengajarkan kemampuan itu

tidak cukup hanya dengan diseminasi informasi saja. Harus dipastikan penyelenggaraan pendidikan media literasi secara aktif dan kontinyu bisa meningkatkan aktivitas warga, baik secara individual atau kelompok secara simultan.

Daftar Pustaka

- Adler, R. B. and Rodman, G. R. 2009. *Understanding Human Communication*. 10th ed. New York: Oxford University Press.
- Bargh, McKenna & Fitzsimons. 2002. *Can You See The Real Me? Activation And Expression Of The "True Self" On The Internet*. *Journal of Social Issues* 58(1): 33-48
- Baron, RA & Branscombe, NR. 2012. *Social Psychologi*. 13th ed. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Blake, Reed H., and Haroldsen, Edwin O. 2003. *Taksonomi Konsep Komunikasi*. Cetakan Ke-1. Terj. Hasan Bahanan. Surabaya: Papyrus.
- Blau, I. 2011. *Application Use, Online Relationship Type, Self-disclosure, And the Internet Abuse Among Children and Youth: Implications for Educational and Safety Programs*. *Journal Educational and Computing Research*. 45 (1) :95-116.
- Boyd, D.M., & Ellison, N. 2007. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13 (1) : 1-11
- Blumer J. G., Katz, E., dan Gurevitch, M. 1974. *Utilization of Mass communication by the Individual,' dalam J.G. Blumer dan E. Katz (eds), The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage Publications
- Bus, Adriana G. & Susan B. Neuman . 2009. *Multimedia and Literacy Development: Improving Achievement for Young Learners*. London: Routledge
- Dashgupta, S. 2010. *Social Computing : Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. Information Science Reference. NY: Hershey
- Davis, R.A., Flett, G.L., & Besser, A. 2002. *Validation of a New Scale for Measuring Problematic Internet Use: Implications for Pre-Employment Screening*. *Cyberpsychology & Behavior*. 5 (4). 342-343.
- Gamble, Michael and Teri, Kwai . 2002. *Communication Works*. 7th. Ed. Boston : Mc.Graw-Hill College.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondworth :Penguin
- Goldner, K. R. 2008. *Self Disclosure on Social Networking Websites and Relationship Quality in Late Adolescence*. ETD Collection for Pace University. Paper A13287856. <http://digitalcommons.pace.edu/dissertations/AA13287856>. Diakses 12 Juli 2015.
- Gunarsa, S.D., & Gunarsa, Y. 2006. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Hanjani, Febyuka. 2013. *Peningkatan Kebutuhan akan Media Sosial Pada Remaja, Salah Siapa?*. Personal Growth, Conseling and Development Center. <http://www.personalgrowth.co.id/en/journal-viewarticle.php?id=91>. Diakses 15 Juli 2015

- Haraway, Donna. 1991. *Simians, Cyborg, and Women: the Reinvention of Nature*. New York: Routledge
- Harnowo, Putro Agus. 2011. *Depresi Karena Facebook Mengintai Remaja*. <http://health.detik.com/read/2011/07/26/095534/1689358/764/> Diakses. 30 Juli 2015
- Hartoko, Alfa. 2010. *You Won*. Yogyakarta: Pustaka Grahatama
- James, Carrie et.al. 2009. *Young People, Ethics, and The New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project*. Cambridge: MIT Press
- Jenkins, Henry. 2009. *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Illinois: MacArthur Foundation
- Jones E.E. 1990. *Interpersonal Perception*. New York: W.H. Freeman, 1990
- Jurgenson, N. 2012. *The Facebook Eye*. <http://www.theatlantic.com/technology/Archive/2012/01/the-facebook-eye/251377>. Diakses 20 Juli 2015
- Kaplan Andreas M., Haenlein Michael .2010. *Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons* 53 (1):61. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>
- Keller, M. 2013. Social Media and Interpersonal Communication. *Social Work Today*. Vol 13 (3) : 10
- Kumorotomo, Wahyudi. 2012. *Menilai Situs Jejaring Sosial Secara Adil*. http://kumoro.staff.ugm.ac.id/file_artikel/Menilai%20Situs%20Jejaring%20Sosial%20Secara%20Adil.pdf. Diakses 13 Juli 2015
- Lister, M., Dovey, J., Giddings S., Grant, I., Kelly, K. 2009. *New Media: a critical Introduction. Second Edition*. New York : Routledge.
- Livingstone, Sonia. 2008. *Young People Media*. London: Sage Publications
- Marten, Hans. 2010. *Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions*. *Journal of Media Literacy Education* Vol 2(1): 1-22
- McQuail, Denis .2010. *Mass communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publications.
- Moss, Sylvia dan Tubbs, L. Stewart. 2000. *Human Communication : Prinsip - Prinsip Dasar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mukhtar, Niken Ardiyanti, dan Erna Sulistiyarningsih. 2003. *Konsep Diri Remaja Menuju Pribadi Mandiri*. Jakarta :Rakasta Samasta.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Osgerby, Bill. 2004. *Youth Media*. London: Routledge
- Orange, Teresa dan Louise O'Flynn. 2007. *The Media Diet For Kids*. Terj. Endang W. Soekarso. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta
- Papalia, Olds, & Feldman. 2001. *Human Development* 9th ed. New York: Mc Graw Hill
- Potter, W. James .2004. *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. London: Sage Publications
- Rachmah, Amy Julia. 2012. *Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Pembelajaran*. *EJPTI (Jurnal Elektronik Pendidikan Teknik Informatika)*. Volume 1 (3) Bulan November 2012.

- Rosenbaum, J. E., Beentjes, J. W. J., & Konig, R. P. 2008. *Mapping Media Literacy: Key Concepts and Future Directions*. Communication Yearbook, 32 : 313-353.
- Thackeray R, Neiger BL, Van Wagenen SA, Hanson CL, West JH, Barnes MD, Fagen MC. 2012. *Use of Social Media in Health Promotion: Purposes, Key Performance Indicators, and Evaluation Metrics*. Health Promot Pract. 2012 Mar;13(2):159-64. doi: 10.1177/1524839911433467. Diakses 8 Juli 2015
- Turkle, Sherry. 1997. *Construction and Reconstructions of Self in Virtual Reality: Playing in the MUDs, in Culture of the Internet*, ed. Sara Kiesler. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Van Dijk, J. 2006. *The Network Society, second edition*. London : Sage Publications.
- Utari, Prahastiwi. 2011. *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. dalam Fajar Junaedi (ed). Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta : Aspiikom dan Penerbit Buku Litera
- Wijaya, Ketut Krisna. 2015. *Berapa Jumlah Pengguna Website, Mobile, dan Media Sosial di Indonesia?*. <https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-21-Januari-2015>. Diakses 5 Juli 2015.
- Young. K. 2009. *Online Social Networking: An Australian Perspective*. The International Journal of Emerging Technologies and Society. 1 (7) : 39-57.

Surat Kabar

- Republika. 2012. "Pengguna Internet Indonesia di Sosial Media Nomor Satu." HU Republika. 28 Maret 2012. <http://forum.republika.co.id/forum/trentek/internet-networking-dan-aplikasi/5205>. Diakses 12 Juli 2015.
- Hai. 2015. "Depresi Sosial Media Mengincar Remaja" <http://www.hai-online.com/Hai/Self-Improvement/Psycho/Depresi-Sosial-Media-Mengincar-Remaja/> Diakses 18 Juli 2015

Laporan

- Pew Internet and American Life Project .2006. *Social Networking Sites and Our Lives*. <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2011/PIP%20%20Social%20networking%20sites%20and%20our%20lives.pdf>. Diakses 13 Juli 2015