

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP REMAJA PADA ERA DIGITALISASI

Indah Sulistiani¹⁾, K. Y.S Putri²⁾, Vera Wijayanti Sutjipto³⁾, Marisa Puspita Sary⁴⁾, Maulina Larasati Putri⁵⁾, Elisabeth Nugrahaeni Prananingrum⁶⁾

Universitas Negeri Jakarta
IndahSulistiani_1410619017@mhs.unj.ac.id

Abstrak

Saat ini dunia sudah memasuki era digitalisasi dimana hampir semua sektor sudah dilakukan dan dibantu dengan mesin serta teknologi yang sangat canggih. Salah satu teknologi yang saat ini sangat mudah diakses adalah media sosial. Media sosial juga tidak hanya ada satu jenis, melainkan banyak sekali dan itu dapat menjadi pilihan. Semua orang tanpa terkecuali dapat menggunakan media sosial termasuk remaja. Hampir semua remaja di seluruh dunia menggunakan media sosial untuk bertukar kabar dan mengunggah semua kegiatan mereka, sehingga terjadi interaksi dalam platform yang digunakan. Setelah diperhatikan hal itu bisa saja mempengaruhi bagaimana sikap remaja saat ini dan di kemudian hari. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini tidak lain dan tidak bukan adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial terhadap sikap remaja dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang juga menganalisisnya dengan jenis analisis deskriptif. Hasilnya membuktikan bahwa benar media sosial menjadi salah satu yang mempengaruhi bagaimana sikap remaja, baik itu positif maupun negatif.

Kata Kunci : Digitalisasi, Era Digital, Media Sosial, Remaja, Sikap

Abstract

Today, the world has entered the age of digitalization, where almost all activities are carried out and supported by machines and sophisticated technology. One technology that is currently very accessible is social media. There is not only one type of social media, but there are many and it can be a choice. Everyone without exception can use social media, including teenagers. Almost all teenagers around the world use social media to share news and upload all their activities, so there is interaction on the platform used. After paying attention to it, it could affect how teenagers' attitudes are now and in the future. Therefore, the purpose of this study is none other than to find out how social media affects teenagers' attitudes by using a quantitative approach that also analyzes it with a descriptive type of analysis. The results prove that it is true that social media is one of the things that affect how teenagers' attitudes, both positive and negative.

Keywords: Digitalization, Digital Era, Social Media, Teenagers, Attitude

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan teknologi sudah semakin maju. Seluruh dunia merasakan adanya kemajuan teknologi dari tahun ke tahun. Salah satu bukti kemajuan teknologi adalah adanya internet yang dapat dengan mudah di akses oleh semua orang. Selain itu, media sosial juga menjadi bagian dari kemajuan teknologi yang ada pada abad ini. Saat ini seluruh orang dapat menggunakan media sosial dengan bebas tidak peduli dari kalangan mana pun.

Era digital selalu berkaitan dengan media, itu semua disebabkan karena media

akan terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi. Sehingga semua akan memudahkan manusia dalam aktivitas sehari hari. Saat ini pun semua sudah serba digital, dimana dalam kehidupan sehari hari pun semua seolah olah dikendalikan oleh teknologi. Teknologi digital pada dasarnya tidak memerlukan tenaga manusia, karena semua sudah digerakkan dengan sistem pengoprasian secara otomatis (Harry Saptarianto et al., 2024).



Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial di Dunia

(Sumber: <https://wearesocial.com/digital-2024>)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa per Januari 2024, pengguna internet di dunia mencapai 5.35 Miliar jiwa dengan akumulasi persen sejumlah 66.2% dari jumlah populasi yang ada. Sebanyak 5.04 Miliar jiwa juga diketahui aktif dalam bermain media sosial dengan akumulasi 62.3%.

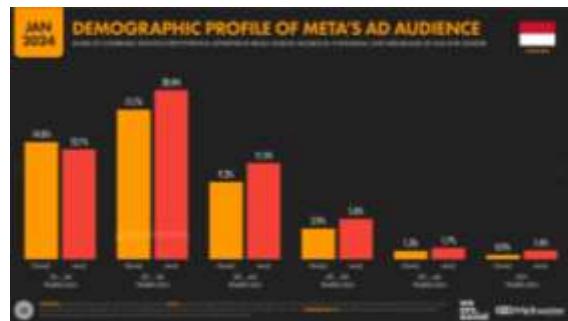
Kemajuan teknologi juga terjadi di Indonesia. Pengguna internet dan media sosial pun terus meningkat setiap tahunnya. Seperti data yang terlihat pada gambar 2 mengenai data digital. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna internet dan media sosial cukup tinggi. Terdapat 185.3 juta jiwa masyarakat Indonesia yang dapat mengakses internet. Angka ini meningkat 0.8% atau sekitar 1.5 juta jiwa dari tahun sebelumnya. Sementara 139 juta jiwa masyarakat Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial dengan persentase 49.9%.



Gambar 2 Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia

(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>)

Media sosial menjadi sebuah platform teknologi digital dimana semua orang dapat berpartisipasi didalamnya. Media sosial menjadi tempat berbagi momen atau kegiatan sehari hari penggunanya. Tidak jarang, terdapat komunikasi dan interaksi sesama pengguna dengan saling membalas komentar atau memberikan like pada postingan mereka. Pengguna media sosial di Indonesia terdiri dari berbagai tingkatan usia dan tidak mengenal apakah itu usia kecil atau dewasa.



Gambar 3 Usia Masyarakat Indonesia yang Menggunakan Media Sosial

(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>)

Dari data tersebut maka dapat dilihat bahwa rata rata pengguna media sosial di Indonesia adalah usia 25 – 34 kemudian rata rata kedua tertinggi di Indonesia berada di rentang umur 18 – 24 tahun dengan keterangan sebanyak 14.0% adalah perempuan dan 13.1% merupakan pengguna media sosial dengan jenis kelamin laki laki (Social, 2024).

Menurut World Health Organization (WHO) usia remaja adalah 10 – 19 tahun. Sementara menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) remaja adalah mereka yang belum menikah dengan rentan usia 10 – 24 tahun. Namun, berdasarkan peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2014, remaja berada dalam rentang usia 10 – 18 tahun. Maka dapat disimpulkan

dalam gambar 3 bahwa remaja adalah masyarakat Indonesia yang mendominasi media sosial di era digital saat ini.

Berbicara mengenai remaja, maka tidak jauh dari bagaimana remaja bersikap atau berperilaku di media sosial mengingat media sosial mulai di dominasi oleh remaja. Sama seperti pengguna media sosial lainnya, remaja saat ini banyak yang membagikan atau memposting kegiatannya di media sosial. Ada sebutan remaja masa kini yaitu anak gaul, semakin aktif remaja di media sosial maka ia akan memiliki julukan anak gaul. Tingkah atau sikap remaja pun di media sosial sangat beragam ada yang positif ada pula yang negatif.

Remaja saat ini, paham betul mengenai apa itu teknologi dan bagaimana cara mengoperasikannya. Tak sedikit pula remaja yang akhirnya menorehkan prestasi karena kebanyakan dari remaja saat ini sudah melek akan teknologi. Namun tidak sedikit pula remaja yang nakal dengan tindakan negatifnya di media sosial. Oleh karena itu peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja di era digital saat ini. Dari rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah mencari tahu pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja di era digitalisasi.

1. Media Sosial

Media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan sebuah produk sekaligus menarik minat pembeli. Informasi yang terdapat pada media sosial biasanya akan menjadi pertimbangan untuk customer. Media sosial dapat menjadi manfaat yang positif bila digunakan dengan baik. Media sosial digunakan oleh masyarakat untuk berbisnis dengan memasarkan produk mereka di internet. Interaksi yang ada di media sosial

juga dapat menjadi pertimbangan mengenai keputusan pembelian pelanggan (Widayati & Augustinah, 2019).

Media sosial juga dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aplikasi yang berbasis dan menggunakan internet yang berlandaskan ideologi dan mengacu kepada teknologi web sehingga dapat memungkinkan adanya pertukaran informasi serta konten dari orang yang menggunakanannya. Media sosial dapat didefinisikan sebagai demokratisasi berita, membarui orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten (Evans, 2015).

2. Sikap Remaja

Menurut Secord dan Backman dalam Woy et al., (2019) sikap atau perilaku bisa pada definisikan sebagai sebuah bentuk penilaian perasaan dan kecenderungan potensial untuk bereaksi yang ialah hasil interaksi antara komponen kognitif, afektif serta konatif.

Sikap dapat dibagi menjadi tiga komponen yang dijelaskan menjadi berikut: Komponen kognisi, artinya komponen yg terdiri berasal pengetahuan, pengetahuan inilah yang akan membuat keyakinan dan pendapat tertentu oleh objek sikap. Komponen afeksi, artinya komponen yang berafiliasi dengan perasan senang atau tak senang, reaksi atau respon, sebagai akibatnya bersifat evaluatif. Komponen ini erat hubungannya dengan system nilai yang dianut pemilik perilaku. Komponen konasi, merupakan komponen sikap yang berupa kesiapan seorang untuk berperilaku yang berhubungan dengan objek perilaku.

Bahasan perilaku menjadi konsep kunci pada psikologi sosial sebab sikap dianggap berpengaruh terhadap perilaku sosial pada banyak sekali level.

Bisa juga berpengaruh terhadap pikiran, dan perilaku di level interpersonal, sikap bisa ialah elemen kunci yang berpengaruh pada bagaimana kita mengenal dan memperlakukan

orang lain dan pada level gerombolan sikap kita di grup sendiri serta kelompok lain mampu menjadi dasar terjadinya kerja sama atau permasalahan antar gerombolan.

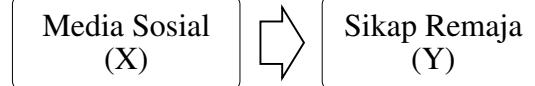
Sesuai definisi-definisi perilaku yang telah dijelaskan pada atas bisa diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan sikap ialah kecenderungan seorang buat bertindak, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, wangsita, situasi atau nilai untuk menentukan apakah orang harus setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu memilih apa yang disukai, dibutuhkan, baik yang bersifat positif juga negatif.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mendapatkan hasil penelitian. Penelitian kuantitatif menurut Creswell & Creswell (2018) merupakan sebuah pendekatan untuk menguji teori yang objektif dengan mencari tahu hubungan atau pengaruh dari variabelnya. Variabel tersebut akan diukur sekaligus di analisis dengan menggunakan prosedur statistik.

Teknik pengambilan data yang digunakan adalah probability sampling dengan design simple random sampling dimana setiap populasi nantinya akan memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi subjek penelitian (Sekaran & Bougie, 2016)

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang bergabung pada grup di platform line chat yang berjumlah 195 orang. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahannya adalah sebesar 5%. Dengan begitu sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 131 orang.



Gambar 4 Model Penelitian

Dalam penelitian ini variabel bebas atau variabel X nya adalah media sosial dan variabel terikatnya adalah sikap remaja. Variabel X atau media sosial aspek yang diukur adalah kemampuan memilih (selectivity), kesengajaan (intentionally), pemanfaatan (utilitarianism), selanjutnya keterlibatan (involvement). Sedangkan variabel Y atau sikap remaja yaitu berdasarkan aspek komponen kognisi (pemahaman remaja), afeksi (respon remaja), dan konasi (kesiapan remaja).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti telah mengumpulkan data dengan menyebar kuesioner ke 131 remaja yang menggunakan media sosial. Peneliti mengolah data menggunakan software dengan menguji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, dan uji hipotesis dari data yang di dapat.

Tabel 1 Validitas Variabel X

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin		,715
Measure of Sampling Adequacy		
Bartlett's	Approx.	222,517
Test of Sphericity	Chi-Square	
	df	28
	Sig.	,000

Tabel 1 menunjukkan data yang di peroleh setelah peneliti melakukan uji validitas menggunakan software statistik. Dapat dilihat dalam tabel tersebut angka KMO menunjukkan angka 0,715. Angka nya lebih dari 0,5 sehingga dapat dikatakan data variabel X atau Media Sosial adalah data yang valid.

Tabel 2 Validitas Variabel Y

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin		,767
Measure of Sampling Adequacy.		
Bartlett's Test of Sphericity	Chi-Square df	354,631 28
Sig.		,000

Tabel 2 terlihat hasil dari uji validitas dengan nilai KMO nya sebesar 0,767. Dikarenakan angka tersebut lebih besar dari 0,5 maka data atas variabel Y atau Sikap Remaja yang di teliti adalah data yang valid.

Tabel 3 Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

Uji reliabilitas dilakukan peneliti untuk mencari tahu apakah data yang dikumpulkan cukup konsisten atau tidak. Dari hasil uji reliabilitas untuk Variabel X atau Media Sosial, Nilai *Cronbach's Alpha* nya sebesar 0,703. Dari hasil tersebut maka bisa dikatakan bahwa data yang digunakan untuk variabel ini merupakan data yang reliabel karena sebuah data bisa disebut reliabel ketika nilai *Cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,6.

Tabel 4 Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

Sama seperti yang dikatakan peneliti pada tabel 3 maka pada tabel 4 ini pun data dari Variabel Y atau Sikap Remaja adalah data yang reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu sebesar 0,790.

Tabel 5 Analisis Deskriptif Variabel Media Sosial

o	Per nyataan	TS	S	S
Sel	ektif			
	dalam			
	membuka,			
	membaca,			
	dan			
	melihat			
	konten di			
	media			
	sosial			
Me		2	3	6
milah				
informasi				
yang di				
dapat				
dengan				
baik				
Me				
nggunakan				
media				
sosial agar				
orang lain				
tau siapa				
saya				
Me		7	5	9
nggunakan				
media				
sosial				
untuk				
mencari				
informasi				
terbaru				
Me				
nggunakan				
media				
sosial				
untuk				
hiburan				
Me				
dia sosial				
menghilan				
gkan				
kejemuhan				
Sel				
alu				
mengungg				

ah kegiatan sehari hari di media sosial	Me	nggunakan	media	sosial	untuk	7	7	7
berinterak si sesama pengguna								

Dalam tabel 5 dapat dilihat analisis deskriptif pada variabel dari Media Sosial. Pada pernyataan pertama terdapat 32 orang yang tidak setuju dengan selektif dalam membuka, membaca, dan melihat konten di media sosial. Sementara itu 63 orang menyatakan setuju dan 36 menyatakan sangat setuju. Dalam memilih informasi yang baik 20 orang tidak setuju, 57 orang setuju, dan 54 orang menyatakan sangat setuju. 17 orang tidak setuju, 55 orang setuju, dan 59 orang sangat setuju bahwa mereka menggunakan media sosial agar orang lain mengetahui siapa mereka.

Masih dalam tabel 5, 7 orang tidak saetuju terkait pernyataan menggunakan media sosial untuk mencari informasi baru. Namun, 54 orang setuju bahkan 70 orang sangat setuju. 7 orang tidak setuju, 57 orang setuju, dan 67 orang sangat setuju tentang media sosial yang digunakan untuk sekedar hiburan. 1 orang sangat tidak setuju, 12 orang tidak setuju, 51 orang setuju, dan 67 orang sangat setuju bahwa media sosial dapat menghilangkan rasa jemu. 1 orang sangat tidak setuju, 9 tidak setuju, 44 orang setuju, dan 77 orang lainnya sangat setuju bahwa mereka mengunggah kegiatan harian mereka di media sosial. 17 orang merasa tidak setuju, 57 orang setuju, dan 57 orang sangat setuju

tentang melakukan hal positif setelah menggunakan media sosial.

Tabel 6 Analisis Deskriptif Variabel Sikap Remaja

o	Pe rnyataan	S		
		TS	S	S
	Pa ham mengenai hal hal yang di unggah di media sosial		2	2
	M engetahui dengan jelas fungsi media sosial yang digunakan	-	6	9
	M endapat manfaat ketika mengakses media sosial	-	6	6
	M enjadi lebih percaya diri setelah mengakses media sosial	-	7	7
	Le bih siap berinterak si dengan dunia luar	-	6	1
	setelah menggunakan akan media sosial			4

M			
elek akan	-	7	3
kebaruan			1
teknologi			
M			
edia	-		
sosial			
membuat			
pikiran	-	1	1
menjadi			
lebih			
positif			
Te			
rtarik	-		
untuk			
lebih			
banyak			
melakuka			
n hal hal	-	7	6
positif			
setelah			
menggun			
akan			
media			
sosial			

Sama seperti yang tertera pada tabel 5, tabel 6 tidak jauh beda jenisnya dengan tabel 5 yaitu mengenai analisis deskriptif. Namun, pada tabel 6 analisis deskriptif yang dimaksud adalah analisis deskriptif untuk variabel Y atau Sikap Remaja. 2 orang sangat setuju, 9 orang tidak setuju, 42 orang setuju, dan 78 orang sangat setuju bahwa mereka paham akan hal yang mereka unggah di media sosial. 6 orang tidak setuju, 46 orang setuju, dan 79 orang sangat setuju tentang pernyataan bahwa mereka mengetahui fungsi media sosial yang digunakan dengan jelas. 9 orang tidak setuju, 46 orang setuju, dan 76 orang sangat setuju bahwa mereka mendapat manfaat ketika mengakses media sosial. 17 orang tidak setuju, 57 orang setuju, dan 57 lainnya sangat setuju tentang mereka yang menjadi lebih percaya diri ketika mengakses media sosial.

Pada pertanyaan di nomor 5, 16 orang tidak setuju, 51 orang setuju, dan 64 orang sangat setuju bahwa mereka merasa lebih siap ketika berinteraksi dengan teman temannya setelah mengakses media sosial. 17 orang tidak setuju, 53 setuju, dan 61 lainnya sangat setuju bahwa mereka melek dan paham akan kebaruan teknologi di masa sekarang. 9 merasa tidak setuju, 61 setuju dan 61 lagi sangat setuju bahwa media sosial membuat pikiran mereka menjadi lebih positif. Sementara itu, 8 orang tidak setuju, 57 orang setuju, dan 66 orang sangat setuju dengan pernyataan yang menyebutkan bahwa mereka tertarik untuk melakukan hal hal yang positif setelah mengakses media sosial.

Tabel 7 Uji Hipotesis

1	Coefficients ^a			
	Mode	Unstanda	St	ig.
	Coefficients	rdized	andardiz	ed
	B	S	B	
		td.	eta	
			Error	
	(6	1	
Constan	,549	,790		,659 000
t)				
edia	,780	,066	,7	
Sosial			18 1,733	000

a. Dependent Variable: Sikap Remaja

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan pengaruh media sosial terhadap sikap remaja di era digitalisasi. Dapat dilihat pada tabel 7 bahwa nilai signifikannya adalah 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis awal penelitian dapat diterima yaitu variabel X atau media sosial berpengaruh terhadap variabel Y atau sikap remaja.

KESIMPULAN

Era digitalisasi tentu tidak lepas dengan remaja yang senang memanfaatkan teknologi.

Remaja yang menggunakan media sosial akan mempengaruhi bagaimana sikap mereka dalam kehidupan sosial. Tentu tetap ada pengaruh baik negatif maupun positif dari media sosial, apalagi yang menggunakannya adalah remaja dimana mereka sangat aktif dan akrab dengan internet. Salah satu hasil yang didapatkan dalam penelitian ini bahwa media sosial berpengaruh terhadap sikap remaja dapat dilihat bagaimana mereka lebih percaya diri dan berpikir positif bahkan tertarik untuk melakukan hal hal positif setelah mengakses media sosial.

Namun, tetap ada yang perlu diperhatikan dalam penggunaan media sosial oleh remaja. Jangan sampai media sosial merusak diri mereka dan merubah mereka ke arah negatif. Saran untuk penelitian selanjutnya bisa membahas mengenai gaya hidup remaja di era digital. Terutama ketika mereka dapat dengan bebas mengakses media sosial tanpa batasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardan, F., & Kurniawati, S. D. (2024). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP MENGURANGI SAMPAH PADA FOLLOWERS AKUN TIKTOK @ PANDAWARAGROUP. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 44–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/kultura.v2i4.1194>.
- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (Vol. 53, Issue 9). SAGE Publications, Inc.
- Evans, D. (2015). Social Media Marketing : An Hours a Day. In *Social Media Marketing : An Hours a Day*.
- Harry Saptarianto, Shelvi Deviani, Syamas

Isti Anah, & Indah Noviyanti. (2024). Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial, Literasi Digital dan Inovasi Bisnis. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 128–139. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.955>

Hasugian, B. S. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja Millenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi : Network Media*, 3 (1)(1), 47–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/jnm.v1i1.667>.

P, F. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA PADA TINGKAT SEKOLAH MENENGAH ATAS DI TOMONI LUWU TIMUR. *Pangadereng : Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 335–348. <https://doi.org/https://doi.org/10.36869/pjh.pish.v5i2.39>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons Ltd.

Social, W. A. (2024). *Digital 2024: Your ultimate guide to the evolving digital world*. Wearesocial.Com.

Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1–20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>

Woy, C. M., Rembang, M., & Onsu, R. R. (2019). Analysis of Student Attitudes of Communication Science Journalistic Concentration Fispol Unsrat Against News Content Anonymous Accounts of Life of

Artists on Instagram. *Acta Diurna*
Komunikasi, 8(2), 1–11.