

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Remaja

2.1.1 Definisi Remaja

Menurut (Hurlock, 2017), *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescere* yang berarti "tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa". Istilah *adolescence* mempunyai arti lebih luas yaitu mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Terjadinya perubahan kejiwaan menimbulkan kebingungan di kalangan remaja sehingga masa ini oleh negara barat disebut periode *sturm and drang* yaitu masa yang penuh gejolak emosi dan tekanan jiwa sehingga menyebabkan remaja mudah menyimpang dari aturan-aturan dan norma-norma sosial yang berlaku di kalangan masyarakat.

2.1.2 Klasifikasi Remaja

Menurut (Hurlock, 2017), Lazimnya masa remaja dianggap mulai pada saat anak secara seksual menjadi matang dan berakhir saat ia mencapai usia matang secara hukum. Namun, penelitian tentang perubahan perilaku, dan nilai-nilai sepanjang masa remaja tidak hanya menunjukkan bahwa setiap perubahan terjadi lebih cepat pada awal masa remaja daripada tahap akhir masa remaja, tetapi juga menunjukkan bahwa perilaku sikap dan nilai-nilai pada awal masa remaja berbeda dengan pada akhir masa remaja. Dengan demikian secara umum masa remaja dibagi menjadi dua bagian, yaitu awal masa dan akhir masa remaja.

Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari tiga belas tahun sampai enam belas tahun atau tujuh belas tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16-17 tahun sampai delapan belas tahun yaitu usia matang secara hukum. Awal masa remaja biasanya disebut sebagai "usia belasan", kadang-kadang bahkan disebut "usia belasan yang tidak menyenangkan", meskipun remaja yang lebih tua sebenarnya masih tergolong "anak belasan tahun". Sampai ia mencapai usia 20 tahun, namun istilah belasan tahun yang secara populer dihubungkan dengan pola perilaku khas remaja muda jarang dikenakan pada remaja yang lebih tua biasanya disebut "pemuda" atau "pemudi" atau malahan disebut "kawula muda" yang

menunjukkan bahwa masyarakat belum melihat adanya perilaku yang matang selama awal masa remaja (Hurlock, 2017).

2.1.3 Ciri-ciri Remaja

Seperti halnya dengan semua periode yang penting selama rentang kehidupan, masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri menurut Hurlock (2017), akan diterangkan secara singkat di bawah ini.

1. Masa remaja sebagai periode yang penting

Kendatipun semua periode dalam rentang kehidupan adalah penting, namun kadar kepentingannya berbeda-beda. Ada beberapa periode yang lebih penting daripada beberapa periode lainnya, karena akibatnya yang langsung terhadap sikap dan perilaku, dan ada lagi yang penting karena akibat-akibat jangka panjang. Pada periode remaja, baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting. Ada periode yang penting karena akibat fisik dan ada lagi karena akibat psikologis. Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental. Yang cepat, terutama pada awal masa remaja. Semua perkembangan itu menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya membentuk sikap nilai dan minat baru.

2. Masa remaja sebagai periode peralihan

Peralihan tidak berarti terputus dengan atau berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya, melainkan lebih-lebih sebuah peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Artinya, apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekasnya pada apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang.

3. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga

berlangsung pesat. Jika perubahan fisik menurun maka perubahan sikap dan perilaku menurun juga.

4. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap periode mempunyai masalah sendiri-sendiri, namun masalah masa remaja sering menjadi masalah yang sulit di atasi baik oleh anak laki-laki maupun anak perempuan. Terdapat 2 alasan bagi kesulitan itu. Pertama, sepanjang masa kanak-kanak, masalah anak-anak sebagian diselesaikan oleh orang tua dan guru sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah. Kedua, karena para remaja merasa diri mandiri, sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri, menolak bantuan orang tua dan guru-guru.

5. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Sepanjang usia geng pada akhir masa kanak-kanak, penyesuaian diri dengan standar kelompok adalah jauh lebih penting bagi anak yang lebih besar daripada individualitas, seperti telah ditunjukkan, dalam hal pakaian, berbicara dan perilaku anak yang lebih besar ingin lebih cepat seperti teman-teman gengnya.

6. Masa remaja sebagai usia menimbulkan ketakutan

Seperti ditunjukkan oleh Majeres "banyak anggapan populer tentang remaja yang mempunyai arti yang bernilai, dan sayangnya, banyak diantaranya yang bersikap negatif"(101). Anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapih, yang tidak dapat dipercaya dengan cenderung merusak dan berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja muda takut bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal.

7. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Remaja cenderung memandang kehidupan melalui kaca berwarna merah jambu. Ia melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita.

8. Masa remaja sebagai ambang masa depan

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa.

2.1.4 Tugas dan Perkembangan Remaja

Menurut Hurlock (2017) semua tugas perkembangan pada masa remaja dipusatkan pada pusaka penanggulangan sikap dan pola perilaku yang kekanak-kanakan dan mengadakan persiapan untuk menghadapi masa dewasa. Tugas perkembangan pada masa remaja menuntut perubahan besar dalam sikap dan pola perilaku anak.

1. Perubahan fisik pada remaja

Pertumbuhan fisik masih jauh dari sempurna pada saat masa puber berakhir, dan juga belum sepenuhnya sempurna pada akhir masa awal remaja. Terdapat penurunan dalam laju pertumbuhan dan perkembangan internal lebih menonjol daripada pengembangan terdapat penurunan dalam laju pertumbuhan dan perkembangan internal lebih menonjol daripada pengembangan terdapat penurunan dalam laju pertumbuhan dan perkembangan internal lebih menonjol daripada perkembangan eksternal. Hal ini tidak mudah diamati dan diketahui sebagaimana halnya pertumbuhan tinggi dan berat tubuh atau seperti perkembangan ciri-ciri sekunder.

2. Keadaan emosi selama masa remaja

Secara tradisional masa remaja dianggap sebagai periode "badai dan tekanan", suatu masa dimana ketegangan emosi meningkat sebagai akibat dari perubahan fisik dan kelenjar. Penjelasan diperoleh dari kondisi sosial yang mengelilingi remaja masa kini. Adapun meningkatnya emosi terutama karena anak laki-laki dan perempuan berada di bawah tekanan sosial dan menghadapi kondisi baru, sedangkan selama masa kekanakan ia kurang mempersiapkan diri untuk menghadapi keadaan-keadaan itu.

3. Perubahan social

Salah satu tugas perkembangan remaja yang tersulit adalah yang berhubungan dengan penyesuaian sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan lawan jenis dalam hubungan yang sebelumnya belum pernah ada dan harus menyesuaikan dengan orang dewasa di luar lingkungan keluarga dan sekolah. Untuk mencapai tujuan dari pola sosialisasi dewasa, remaja harus membuat banyak penyesuaian baru. Yang terpenting dan tersulit adalah penyesuaian diri dengan meningkatnya pengaruh kelompok sebaya, perubahan dalam perilaku sosial, pengelompokan sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam seleksi persahabatan, nilai-nilai baru dalam dukungan dan penolakan sosial, dan nilai-nilai baru dalam seleksi pemimpin.

2.1.5 Faktor yang dapat memicu timbulnya masalah mental pada emosional remaja

Menurut Santrock (2012) dalam Fitri, A., dkk (2019) yaitu :

- 1 lingkungan keluarga,
- 2 lingkungan teman sebaya,
- 3 lingkungan sekolah,
- 4 lingkungan masyarakat
- 5 sosial media

2.2 Media Sosial

2.2.1 Definisi Media Sosial

Menurut Makmud (2019) Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium" yang secara harfiah kata tersebut mempunyai arti perantara atau pengantar. Beberapa definisi menurut para ahli tentang multimedia. Bovee (1987). "Media adalah sebuah alat yang mempunyai fungsi menyampaikan pesan". Jadi, media merupakan alat perantara yang diciptakan untuk menyalurkan pesan dengan tujuan agar pemakai dapat lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan.

2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial

Dikutip dari jurnal yang berjudul *Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship*. Media sosial adalah situs jaringan sosial seperti layanan berbasis

web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial :

a. Proyek kolaborasi (*collaborative projects*)

Dalam proyek kolaborasi, *website* memungkinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghilangkan konten-konten yang ada di *website* ini. Contohnya *Wikipedia*.

b. Blog dan *microblog*

Blog merupakan singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan- tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum. Sedangkan *microblog* adalah suatu bentuk kecil dari blog, jika pada blog pengguna dapat memposting tulisan tanpa batas karakter, pada *microblog* pengguna hanya dapat memposting tulisan kurang dari 200 karakter. Contoh dari *microblog* yang terkenal adalah *twitter*.

c. Konten (*content communities*)

Konten memungkinkan para penggunanya untuk saling meng-share konten-konten media seperti video, *e-book*, gambar dan lain-lain. Contohnya. *youtube*.

d. Situs jejaring sosial (*social networking sites*)

Merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna yang didalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna. Contohnya *facebook*, *path*, *my space* serta *instagram*.

e. Dunia virtual (*virtual game world*)

Dunia virtual dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya *game online*.

f. Dunia sosial maya

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup 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*.

2.2.3 Situs Media Sosial

Situs jejaring social adalah sebutan atau nama lain dari *web.comunity*. jejaring sosial pada umumnya digunakan untuk melakukan kolaborasi antar netter atau pengguna. Kolaborasi dalam hal ini diantaranya yakni saling melakukan komunikasi berupa saling memberi pendapat, mencari teman, bertukar *file*, atau mengirim email. Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial :

a. *Facebook*

Facebook adalah sebuah situs jejaring sosial yang dipakai manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain dengan jarak yang jauh. *Facebook* memiliki berbagai macam aplikasi tambahan seperti *game*, *chating*, *videochat*, halaman komunal, dan lain-lain. Oleh sebab itu, *facebook* dianggap sebagai media sosial dengan fitur yang dianggap paling familiar dengan berbagai kalangan baik tua maupun muda.

Facebook adalah situs web jaringan sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh *Mark Zuckerberg*, seorang lulusan Harvard dan mantan murid *Ardsley High School*. Keanggotaannya pada awalnya dibatasi untuk remaja dari *Harvard College*. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (*Boston College*, *Boston University*, MIT, *Tufts*), *Rochester*, *Stanford*, *NYU*, *Northwestern*, dan semua sekolah yang termasuk dalam *Ivy League*. Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut- turut dalam

kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya. Akhirnya, orang-orang yang memiliki alamat surat-e suatu universitas (seperti edu, .ac.uk, dan lain-lain) dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs ini.

Selanjutnya dikembangkan pula jaringan untuk sekolah-sekolah tingkat atas dan beberapa perusahaan besar. Sejak 11 September 2006, orang dengan dengan alamat surat apa pun dapat mendaftar di Facebook. Pengguna dapat memilih untuk bergabung dengan satu atau lebih jaringan yang tersedia, seperti berdasarkan sekolah tingkat atas, tempat kerja, atau wilayah geografis. Hingga Juli 2007, situs ini memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih dari 34 juta anggota aktif yang dimilikinya dari seluruh dunia. Dari September 2006 hingga September 2007, peringkatnya naik dari posisi ke-60 ke posisi ke-7 situs paling banyak dikunjungi, dan merupakan situs nomor satu untuk foto di Amerika Serikat, mengungguli situs publik lain seperti *Flickr*, dengan 8,5 juta foto dimuat setiap harinya.

b. *Twitter*

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *twitter.inc* dan merupakan salah satu layanan jejaring sosial dan microblog daring yang memungkinkan para penggunanya untuk mengirim, menerima dan membaca pesan berbasis teks yang jumlah karakternya mencapai 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*).

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). *Twitter* didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, *Twitter* telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet." Di *Twitter*, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa memosting kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler.

Twitter mengalami pertumbuhan yang pesat dan dengan cepat meraih popularitas di seluruh dunia. Hingga bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di *Twitter*, 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Lonjakan penggunaan *Twitter* umumnya berlangsung saat terjadinya peristiwa-peristiwa populer. Pada awal 2013, pengguna *Twitter* mengirimkan lebih dari 340 juta kicauan per hari, dan *Twitter* menangani lebih dari 1,6 miliar permintaan pencarian per hari. Hal ini menyebabkan posisi *Twitter* naik ke peringkat kedua sebagai situs jejaring sosial yang paling sering dikunjungi di dunia, dari yang sebelumnya menempati peringkat dua puluh dua.

c. *LINE*

LINE adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai *platform* seperti *smartphone*, tablet, dan komputer. *LINE* difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna *LINE* dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain. *LINE* diklaim sebagai aplikasi pengirim pesan instan terlaris di 42 negara. *LINE* dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama *NHN Corporation*. *LINE* pertama kali dirilis pada Juni 2011 dan mulanya hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan Android. Setelah sukses pada kedua sistem tersebut *LINE* masuk dalam sistem operasi besutan *BlackBerry*. Lalu pada tahun 2012, *LINE* resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat *Mac* dan *Windows*.

d. *Tiktok*

Tiktok merupakan media sosial yang memberi wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi mengasah bakat melalui konten video.

e. *Path*

Path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada telepon pintar yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Penggunaan dari *Path* ditargetkan untuk menjadi tempat tersendiri untuk pengguna berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat. Dave Morin,

salah satu dari pendiri Path dan CEO dari perusahaan tersebut berkata: "Yang menjadi visi utama kami adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu." Perusahaan ini berawal dengan aplikasi pada *iPhone* dan juga *website* lalu merilis versi Android kemudian. Perusahaan ini berkompetisi dengan jejaring sosial lainnya seperti Instagram. Berpusat di San Fransisco, California, perusahaan ini didirikan oleh Shawn Fanning dan mantan Eksekutif dari Facebook, Dave Morrin. *Path* didirikan dengan tujuan membuat sebuah jurnal yang interaktif bagi penggunanya.

f. *BBM (Blackberry Messenger)*

BlackBerry Messenger, disingkat *BBM*, adalah aplikasi pengirim pesan instan yang disediakan untuk para pengguna perangkat *BlackBerry*. Aplikasi ini mengadopsi kemampuan fitur atau aktivitas yang populer di kalangan pengguna perangkat telepon genggam. Contohnya fitur di aplikasi *Google Maps* atau *Yahoo Messenger* hingga aktivitas dengan Facebook atau Twitter. Semuanya bisa didapatkan oleh pengguna perangkat *BlackBerry* pada aplikasi ini. *BlackBerry Messenger* merupakan salah satu keunggulan dari penggunaan perangkat *BlackBerry* selain layanan Push Mail. Layanan Messenger ini dibuat khusus bagi pemilik *BlackBerry* dan dirancang khusus untuk berkomunikasi di antara pengguna. Cara menggunakan *BlackBerry Messenger* adalah dengan penghubung nomor PIN yang juga eksklusif dimiliki masing-masing perangkat *BlackBerry*. Mulai tanggal 23 Oktober 2013, layanan *BBM* secara resmi sudah bisa digunakan lintas platform dengan dirilisnya *BBM* untuk *iOS* dan *Android*.

g. *Instagram*

Instagram merupakan suatu jejaring sosial yang di dalamnya fokus kepada berbagi foto penggunanya. Nama *instagram* terdiri dari dua kata yaitu "insta" dan "gram". *Insta* berasal dari kata instan, yang dapat diartikan dengan kemudahan dalam mengambil dan melihat foto. *Gram* berasal dari kata telegram, yang dapat diartikan dengan mengirim sesuatu (foto) kepada orang lain.

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. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Instagram dapat digunakan di *iPhone*, *iPad* atau *iPod Touch* versi apapun dengan sistem operasi *iOS* 3.1.2 atau yang terbaru, dan telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas. Aplikasi ini dapat diunggah melalui *Apple App Store* dan *Google Play*.

h. *WhatsApp*

WhatsApp adalah aplikasi pesan untuk *smartphone* dengan *basic* mirip *BlackBerry Messenger*. *WhatsApp Messenger* merupakan aplikasi pesan lintas *platform* yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena *WhatsApp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk email, *browsing web*, dan lain-lain. Aplikasi *WhatsApp* menggunakan koneksi 3G atau *Messenger WiFi* untuk komunikasi data. Dengan menggunakan *WhatsApp*, kita dapat melakukan obrolan *online*, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.

i. *We Heart it*

Sosial media *We Heart It* adalah sosial media berbasis gambar untuk menginspirasi. *We Heart It* menjelaskan dirinya sebagai "Sebuah rumah untuk inspirasi Anda dan tempat untuk "Mengatur dan berbagi hal yang Anda sukai." Pengguna dapat mengumpulkan gambar favorit mereka untuk berbagi dengan teman, Pengguna juga dapat mengakses situs melalui *browser web We Heart It* atau aplikasi *mobile IOS* dan Android. sosmed ini di dirikan pada tahun 2008 oleh Fabio Giolito yang berasal dari Brazil. Pada Juni 2013 *We Heart It* mengumumkan 20 juta pengguna aktif bulanan dan hampir menyamai dengan *pinterest* yang memiliki pengguna aktif 25 juta perbulannya. Sekitar 80% dari pengguna *We Heart It* ini di bawah usia 24th, dan persentase yang sama dari aktivitas *platform* berasal dari perangkat

mobile. Pada Januari 2014 berada pada peringkat 819 di *Alexa traffic rank* global.

j. *Tumblr*

Tumblr, ditulis *tumblr* sesuai logonya, adalah *platform* mikroblog dan situs jejaring sosial yang dimiliki dan dioperasikan Tumblr, Inc. Layanan ini memungkinkan pengguna mengirimkan konten multimedia atau lainnya dalam bentuk blog pendek. Pengguna dapat mengikuti blog pengguna lain atau mengatur privasi blog sendiri. Kebanyakan fitur webnya diakses dari antarmuka "dasbor"; di sana terdapat opsi untuk mengirimkan konten dan melihat pos dari blog yang diikuti. Per 19 Mei 2013, Tumblr memiliki 108 juta pengguna. Kantor pusatnya terletak di 35 *East 21st Street* lantai 6 di *Flatiron District, Silicon Alley, New York City*. Tanggal 21 Mei 2013, Tumblr diakuisisi oleh *Yahoo* dengan nilai \$1,1 miliar.

k. *Snapchat*

Snapchat adalah aplikasi untuk berbagi foto yang unik. Cara kerjanya sederhana. Pengguna bisa mengambil foto atau video yang ingin dikirimkan melalui *Snapchat*, mengatur berapa lama foto itu bisa dilihat oleh si penerima, lalu mengirimkannya kepada teman. Maksimal waktu yang disetel untuk melihat pesan foto atau video itu adalah 10 detik. Setelah waktu tersebut habis, pesan akan dihapus secara otomatis dari ponsel si penerima. *Snapchat* dikembangkan oleh dua anak muda, Evan Spiegel (22 tahun) dan Bobby Murphy (24). Saat ini, Spiegel menjabat sebagai *CEO* dan Murphy sebagai *CTO* di *Snapchat*.

l. *Youtube*

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi *Adobe Flash Video* untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula

konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

Kebanyakan konten di *YouTube* diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti *CBS*, *BBC*, *Vevo*, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan *YouTube*. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih. Pada November 2006, *YouTube* dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google*.

m. *Kakaotalk*

KakaoTalk adalah sebuah aplikasi *messenger* lintas *platform* yang tersedia bagi pengguna *smartphone*. *KakaoTalk* memungkinkan penggunanya untuk mengirim pesan tanpa membayar karena ia menggunakan jaringan internet untuk mengirimkan pesan tersebut. *KakaoTalk* juga dilengkapi dengan fitur *file sharing*, *group chat*, dan fitur fitur lainnya. *KakaoTalk* dapat digunakan oleh pengguna *Android*, *iPhone*, *iPod Touch*, *iPad*, dan *BlackBerry*. Dengan menggunakan aplikasi ini, pengguna *Android*, *iPhone*, dan *BlackBerry* dapat saling berkomunikasi satu sama lain, dan bahkan dapat berkomunikasi dengan pengguna *iPad* dan *iPod Touch* secara gratis. Walaupun begitu, aplikasi *KakaoTalk* ini hanya dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna *KakaoTalk*.

KakaoTalk menggunakan nomor telepon serta *ID* yang dapat diatur pada awal penggunaan untuk berinteraksi. *KakaoTalk* dapat diunduh secara gratis baik dari websitenya maupun dari *application store* masing masing platform, dan dapat dikatakan sebagai pengembangan dari WhatsApp dan Yahoo! Messenger. Dengan menggunakan fitur *push*, *KakaoTalk* akan selalu memberitahukan pesan yang baru saja diterima.

n. *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan *web* lain, informasi dan sebagainya.

o. *Microblogging*

Jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas atau pendapatnya. Kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

p. *Weibo*

Weibo adalah sebuah situs *microblogging* Cina. Mirip dengan hibrida dari *Twitter* dan Facebook, ini adalah salah satu situs paling populer di Tiongkok, digunakan oleh lebih dari 30% dari pengguna internet, dengan penetrasi pasar yang sama bahwa Twitter telah didirikan di Amerika Serikat. Situs ini diluncurkan oleh *SINA Corporation* di bulan Agustus 2009, dan memiliki lebih dari 200 juta pengguna terdaftar per Agustus 2011.

2.2.4 Dampak Positif Media Sosial

Kehadiran media sosial memberikan banyak manfaat bagi masyarakat utamanya anak-anak dan remaja yang hampir setiap saat menggunakan fasilitas internet dan media sosial. Menurut Telkom Indonesia dalam buku 17 rumus keren internet baik (2016), ada beberapa manfaat atau dampak positif media sosial bagi anak-anak dan remaja antara lain :

- a. Remaja dapat belajar mengembangkan keterampilan teknis dan sosial yang sangat diutuhkan di era digital seperti sekarang ini. Mereka akan belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan.
- b. Remaja dapat memperluas jaringan pertemanan. Berkat situs jejaring sosial, remaja menjadi lebih mudah dalam berteman dengan orang lain di seluruh dunia, meski sebagian besar diantaranya tidak pernah mereka temui secara langsung.

- c. Remaja akan termotivasi untuk belajar mengembangkan diri melalui teman teman yang mereka jumpai secara online, karena disini mereka berinteraksi dengan menerima umpan balik satu sama lain.
- d. Situs jejaring sosial membuat remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian dan empati. Mereka dapat memberikan perhatian saat ada teman mereka yang berulang tahun, mengomentari foto, video dan status teman mereka, menjaga hubungan persahabatan meski tidak dapat bertemu secara fisik.
- e. Remaja dapat belajar mengembangkan keterampilan teknis dan sosial yang sangat di butuhkan di zaman digital seperti sekarang ini. Mereka akan belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan masyarakat sosial dan mengelola jaringan pertemanan.
- f. Memperluas jaringan pertemanan, remaja akan menjadi lebih mudah berteman dengan orang lain di seluruh dunia, meskipun sebagian besar diantaranya belum pernah mereka temui secara langsung.
- g. Menambah wawasan remaja tentang berita atau kabar yang sedang banyak dibicarakan untuk bidang pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain.
- h. Sebagai media dakwah dan diskusi. Di media sosial (facebook) remaja dapat bergabung dengan berbagai komunitas.
- i. Remaja dapat bertukar pikiran dan belajar dari perkataan orang, sehingga lebih tanggap dan komunikatif terhadap sekitarnya.
- j. Dapat digunakan sebagai media pembelajaran di bidang pendidikan.

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial memiliki dampak positif bagi penggunanya, terutama bagi remaja. Dengan media sosial remaja bisa menambah ilmunya atau mencari informasi yang berkaitan dengan pendidikan. Selain itu media sosial juga bisa menambah pertemanan dengan orang lain.

2.2.5 Dampak Negatif Media Sosial

Selain memberikan dampak positif, media sosial juga dapat memberikan dampak negatif bagi masyarakat utamanya anak-anak dan remaja. Ada beberapa dampak negatif media sosial antara lain :

- a. Remaja menjadi malas belajar berkomunikasi di dunia nyata. Tingkat pemahaman bahasapun menjadi terganggu. Jika sejak kecil mereka terlalu banyak berkomunikasi di dunia maya, maka pengetahuan tentang seluk-beluk berkomunikasi di dunia nyata, seperti bahasa tubuh dan nada suara menjadi berkurang.
- b. Situs jejaring sosial akan membuat remaja lebih mementingkan diri sendiri. Mereka menjadi tidak sadar akan lingkungan di sekitar mereka karena kebanyakan menghabiskan waktu di internet. Hal ini dapat mengakibatkan mereka menjadi kurang berempati di dunia nyata.
- c. Bagi remaja, tidak ada aturan ejaan dan tata bahasa di situs jejaring sosial. Hal ini akan membuat mereka semakin sulit untuk membedakan antara berkomunikasi di situs jejaring sosial dan di dunia nyata. Hal ini tentunya akan mempengaruhi keterampilan menulis mereka di sekolah dalam hal ejaan dan tata bahasa.
- d. Situs jejaring sosial adalah lahan subur bagi predator untuk melakukan kejahatan. Kita tidak akan pernah tahu kapan seseorang yang baru dikenal remaja di internet menggunakan jati dirinya yang sesungguhnya atau tidak.
- e. Berkurangnya waktu belajar, terlalu lama bermain media sosial akan mengurangi jatah waktu belajar.
- f. Mengganggu kesehatan, terlalu banyak menatap layar handphone maupun komputer atau laptop dapat mengganggu kesehatan mata.
- g. Remaja menjadi mudah malas, tidak mengerjakan tugas karena selalu ingin tahu status teman-temannya. Sehingga lebih banyak waktu yang terbuang sia-sia untuk hal yang kurang bermanfaat, contohnya chatting, yang akan berpengaruh terhadap minat belajar.
- h. Kurangnya sosialisasi dengan lingkungan. Ini dampak terlalu sering dan terlalu lama bermain media sosial. Hal ini cukup mengkhawatirkan perkembangan kehidupan sosial si anak. Mereka yang seharusnya belajar sosialisasi dengan lingkungan justru lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya.

- i. Memicu terjadinya aksi pornografi dan pelanggaran asusila. Mudah sekali pengguna media sosial menemukan sesuatu yang berbau seks, karena hal itu banyak dicari di internet.
- j. Banyak terjadi kriminalitas oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya kasus penculikan yang diawali dengan pengenalan seseorang yang tidak dikenalnya, penipuan, pembunuhan dan lainnya.
- k. Menghamburkan uang Remaja dapat menghabiskan uangnya untuk membeli paketan internet atau *online* berjam-jam di warnet berpengaruh bagi remaja yang tidak dapat mengontrol penggunaan media sosial.

Menurut (M Teguh Saefuddin¹, Tia Norma Wulan² & 1, 2, 3, 2023) *online Self disclosure* pada remaja sangat erat kaitannya dengan cara remaja mengekspresikan dirinya melalui media sosial, Individu yang gemar melakukan *online self disclosure* di media sosial umumnya merupakan cara untuk berbagi informasi tentang diri sendiri dalam bentuk status, foto, video, komentar sebagai suatu hal agar diketahui pengguna lain yang secara langsung ingin menunjukkan identitas dirinya kepada orang lain.

2.3 *Online Self Disclosure*

2.3.1. Definisi *Online Self Disclosure*

Konsep mengenai *online self disclosure* pertama kali dikemukakan oleh Jourard (2011), dimana *online self disclosure* didefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi dimana terdapat individu yang mengungkapkan informasi mengenai dirinya. Jourard kemudian menegaskan bahwa *online self disclosure* menekankan pada “*willful disclosure*” dimana pengungkapan dilakukan secara sadar dan suka rela oleh individu. Jourard & Lasakow (2011) mengungkapkan bahwa *online self disclosure* merujuk pada suatu proses yang membuat informasi tertentu mengenai diri diketahui oleh individu lain, sehingga hal tersebut berbeda dengan *self presentation*.

Menurut (Leung, 2002) *online self disclosure* adalah menunjukkan siapa kita dan mengungkapkan apa yang kita butuhkan.

Wheeless dan Grotz mendefinisikan *online self disclosure* secara umum sebagai suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk mengungkapkan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain (Wheeless dan Grotz 2011 dalam Novianti, A., 2020).

2.3.2. Aspek-aspek *Online Self Disclosure*

Jourard (Quek & Fitzpatrick, 2013) mengemukakan bahwa seseorang dalam mengungkapkan diri perlu mengetahui isu/topik dari *online self disclosure* yang akan disampaikan. Jourard (2011) mengembangkan 6 aspek *online self disclosure* disebut *Jourard self disclosure* (JSDQ) meliputi :

- 1) Sikap atau opini mencakup pendapat/sikap mengenai keagamaan dan pergaulan remaja
- 2) Selera dan minat mencakup selera dalam pakaian, selera makanan dan minuman kegemaran akan hobi yang disukai.
- 3) Pekerjaan atau pendidikan mencakup keadaan lingkungan sekolah dan pergaulan sekolah.
- 4) Keuangan mencakup keadaan keuangan seperti sumber keuangan, pengeluaran yang dibutuhkan, cara mengatur keuangan.
- 5) Kepribadian hal-hal yang mencakup keadaan diri, seperti marah, cemas, sedih serta hal-hal yang berhubungan dengan lawan jenis
- 6) Fisik mencakup keadaan fisik dan Kesehatan fisik. Bila seseorang menceritakan sesuatu tentang dirinya kepada orang lain secara rinci, maka orang lainpun cenderung untuk mengungkapkan secara rinci pula. Tetapi bila ia menceritakan kepada orang lain sebagian kecil saja atau tidak rinci maka orang lainpun cenderung untuk mengungkapkan secara tidak rinci pula.

Berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa inti dari pengertian *online self disclosure* berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengungkapkan diri melalui informasi yang diberikan kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan keakraban, kepercayaan diri, dan kekeluargaan.

2.3.3. Fungsi *Online Self Disclosure*

Penelitian mengenai *online self disclosure* yang dilakukan Sydney M. Jourard mulanya berangkat dari upaya untuk melihat keterkaitan antara *online self disclosure* dengan karakter personal individu. Penelitian mengenai *online self disclosure* pada periode itu kemudian berfokus pada keterkaitan *online self disclosure* dengan kesehatan mental individu. Jourard (2011) berasumsi bahwa individu dengan tingkat *online self disclosure* yang tinggi cenderung lebih sehat dan memiliki karakter personal yang baik. Asumsi tersebut kemudian dibantah oleh temuan. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, *online self disclosure* menjadi erat kaitannya dengan kesehatan mental individu, dimana penahanan informasi (*non disclosure*) yang dilakukan individu berpotensi menimbulkan tekanan, yang pada derajat tertentu berujung pada masalah kesehatan mental. Oleh karena itu, salah satu fungsi *online self disclosure* ialah sebagai bentuk pelepasan emosi (*emotional release*)

2.3.4. Dimensi *Online Self Disclosure*

Wheless dan Grotz (2011) dalam Novianti, A (2020) mempelajari pengungkapan diri multi dimensi. Mereka mengembangkan *Revised online Self-disclosure Scales* (RSDS). Dalam skala tersebut terdapat lima dimensi, yaitu:

1. *Amount*

Kuantitas dari *online self disclosure* dapat diukur dengan mengetahui frekuensi dengan siapa individu mengungkapkan diri dan durasi dari pesan *self-disclosing* atau waktu yang diperlukan untuk mengutarakan statemen *online self disclosure* individu tersebut terhadap orang lain.

2. *Valence*

Valensi merupakan hal yang positif atau negatif dari penyingkapan diri. Individu dapat menyingkapkan diri mengenai hal-hal yang menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai dirinya, memuji hal-hal yang ada dalam dirinya atau menjelek-jelekkan diri individu sendiri. Faktor nilai juga mempengaruhi sifat dasar dan tingkat dari *online self disclosure*.

3. *Accuracy/Honesty*

Ketepatan dan kejujuran individu dalam *online self disclosure*. Ketepatan dari *online self disclosure* individu dibatasi oleh tingkat dimana individu mengetahui dirinya sendiri. *Online self disclosure* dapat berbeda dalam hal kejujuran. Individu dapat saja jujur secara total atau dilebih-lebihkan, melewati bagian penting atau berbohong.

4. *Intention*

Seluas apa individu mengungkapkan tentang apa yang ingin diungkapkan, seberapa besar kesadaran individu untuk mengontrol informasi-informasi yang akan dikatakan pada orang lain.

5. *Intimacy*

Individu dapat mengungkapkan detail yang paling intim dari hidupnya, hal-hal yang dirasa sebagai periperal atau impersonal atau hal yang hanya bohong.

2.3.5. **Klasifikasi *Online Self Disclosure***

- 1 *Online self disclosure tinggi* : Pengungkapkan diri di media sosial secara berlebih tanpa batasan. seperti, mempublikasikan seluruh kehidupan sehari hari sampai yang bersifat privasi.
- 2 *Online self disclosure sedang* : Pengungkapkan diri di media sosial secara berlebihan namun masih memiliki batasan, seperti mengungkapkan perasaan, keluhan, dan masih menjaga hal-hal yang bersifat privasi.
- 3 *Online self disclosure rendah* : mengungkapkan diri di media sosial dengan memiliki batasan, hanya mengungkapkan hal-hal yang bisa diketahui oleh orang lain. Seperti informasi penting atau hanya sekedar berbagi momen kebahagiaan yang di bagikan ke orang lain. (Sari dkk., 2022)

2.3.6. Dampak Positif *Online Self Disclosure*

1. Membangun hubungan sosial : Mengungkapkan diri dapat membantu remaja merasa lebih terhubung dengan teman-teman online, membangun komunitas, dan mendapatkan dukungan emosional.
2. Meningkatkan kesejahteraan mental : Bagi beberapa remaja, berbagi perasaan dan pikiran secara online dapat menjadi bentuk terapi, membantu mereka mengurangi stres dan kecemasan.
3. Meningkatkan harga diri : Mendapatkan umpan balik positif dari orang lain atas unggahan mereka dapat meningkatkan kepercayaan diri remaja (Farrah, 2023).

2.3.7. Dampak Negatif *Online Self Disclosure*

1. *Cyberbullying* : Pengungkapan diri yang berlebihan dapat membuat remaja menjadi sasaran *cyberbullying*.
2. Masalah privasi : Informasi pribadi yang dibagikan secara online dapat disalahgunakan oleh orang lain.
3. Kecanduan media sosial : Terlalu fokus pada mendapatkan validasi dari orang lain melalui media sosial dapat menyebabkan kecanduan.
4. Dampak pada kesehatan mental : Jika tidak dikelola dengan baik, *online self-disclosure* yang berlebihan dapat memicu kecemasan, depresi, dan masalah kesehatan mental lainnya.
5. Pengaruh pada perkembangan identitas: Terlalu banyak membandingkan diri dengan orang lain di media sosial dapat mengganggu pembentukan identitas diri remaja (Farrah, 2023).

2.3.8. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Online Self Disclosure*

Faktor yang mempengaruhi *online self disclosure* menurut Devito (2011) adalah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Wanita lebih terbuka dibandingkan dengan pria. Bisa saja ungkapan tersebut merupakan ungkapan stereotipikal. Namun, beberapa penelitian menunjukkan ternyata wanita memang lebih terbuka dibandingkan dengan

pria. Meski bukan berarti pria juga tidak melakukan *online self disclosure*. Bedanya, apabila wanita mengungkapkan dirinya pada orang yang dia sukai maka pria mengungkapkan dirinya pada orang yang dipercayainya.

2. Usia

Ini juga bisa saja dipandang sebagai bentuk stereotip atas Ras, Nasionalitas, dan usia. Namun, kenyataan menunjukkan memang ada ras-ras tertentu yang lebih sering melakukan self-disclosure dibandingkan dengan ras lainnya. Misalnya kulit putih Amerika lebih sering melakukan *online self disclosure* dibandingkan dengan orang Negro. Begitu juga dengan usia, self-disclosure lebih banyak dilakukan oleh orang yang berusia antara 17-50 tahun dibandingkan dengan orang yang lebih muda atau lebih tua.

2.3.9. Manfaat *Online Self Disclosure*

Menurut DeVito (2011) dalam Gamayanti, W., Mahardianisa, M., & Syafei,

I. (2018). manfaat dari melakukan *online self disclosure* adalah :

1. Pengetahuan diri. Salah satu manfaat dari pengungkapan diri adalah kita mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku kita sendiri;
2. Kemampuan mengatasi kesulitan. Argumen lain yang berkaitan erat adalah bahwa kita akan lebih mampu menanggulangi masalah atau kesulitan kita, khususnya perasaan bersalah, melalui pengungkapan diri. Dengan mengungkapkan perasaan dan menerima dukungan, bukan penolakan, kita menjadi lebih siap untuk mengatasi perasaan bersalah dan mungkin mengurangi atau bahkan menghilangkannya. Bahkan penerimaan diri (self acceptance) menjadi sulit tanpa pengungkapan diri. Kita menerima diri kita sebagian besar melalui kacamata orang lain. Jika kita merasa orang lain menolak kita, kita cenderung menolak diri sendiri juga. Melalui pengungkapan diri dan dukungan-dukungan yang datang, kita menempatkan diri sendiri dalam posisi yang lebih baik untuk menangkap tanggapan positif kepada kita dan kita akan lebih mungkin memberikan reaksi dengan mengembangkan konsep diri yang positif;

3. Efisiensi komunikasi. *Online self disclosure* memperbaiki komunikasi. Kita memahami pesan-pesan dari orang lain sebagian besar sejauh kita memahami orang lain secara individual. Kita dapat lebih memahami apa yang dikatakan seseorang jika kita mengenal baik orang tersebut. Pengungkapan diri adalah kondisi yang penting untuk mengenal orang lain. Kita dapat saja meneliti perilaku seseorang atau bahkan hidup bersamanya selama bertahun-tahun, tetapi jika orang itu tidak pernah mengungkapkan dirinya, kita tidak akan memahami orang itu sebagai pribadi yang utuh;
4. Kedalaman hubungan. Tanpa *online self disclosure*, hubungan yang bermakna dan mendalam tidak mungkin terjadi. Dengan *online self disclosure*, kita memberi tahu orang lain bahwa kita mempercayai mereka, menghargai mereka, dan cukup peduli akan mereka maupun hubungan kita untuk *online self disclosure* kita kepada mereka. Hal tersebut kemudian akan membuat orang lain mau membuka diri dan membentuk suatu hubungan yang bermakna dan jujur.

2.3.10. Instrumen Penelitian *Online Self Disclosure*

Terdapat beberapa alat ukur yang bisa digunakan untuk mengukur tingkat *online self disclosure*, diantaranya adalah :

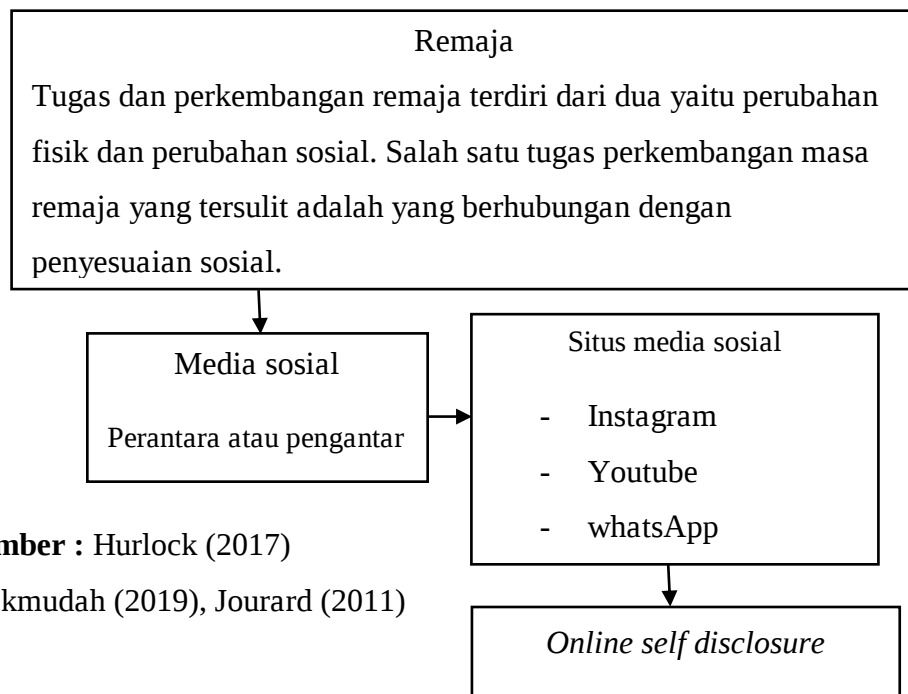
1. *The Jourard Self-Disclosure Questionnaire-21*. Alat ukur ini ditulis pada tahun 1971 sebagai bagian dari studi pengungkapan diri oleh *Sidney M. Jourard* dan *Paul Lasakow*. Terdiri dari 21 item, dengan beberapa topik *self-disclosure*, yaitu pendapat, ketertarikan atau kesukaan, pekerjaan, keuangan, perasaan, dan keadaan tubuh. Alat ukur ini memiliki koefisien alpha sebesar 0.90 (Pearce & Wiebe, 1975).
2. *Self-disclosure Scale*. Alat ukur ini dikembangkan oleh Magno dkk pada tahun 2009 yang terdiri dari 60 item. Alat ukur ini memiliki reliabilitas sebesar 0.91 (Attrill, 2012).
3. *The Revised Self-disclosure Scale*. Alat ukur ini dikembangkan oleh Leung (2002) yang berisi 19 item tentang *self-disclosure*. Item-item ini berdasarkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *The Revised*

Selfdisclosure yang dikembangkan oleh Leung (2002). Peneliti menggunakan alat ukur ini karena sesuai dengan yang peneliti pilih, selain itu alat ukur ini mengukur *online self- disclosure* pada media Sosial sehingga alat ukur ini yang paling sesuai untuk penulis gunakan.

2.3.11. Kerangka Konseptual

Menurut Notoatmodjo (2018), kerangka konsep adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang akan diukur maupun diamati dalam suatu penelitian. Sebuah kerangka konsep haruslah dapat memperlihatkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konsep dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti di bawah ini.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Sumber : Hurlock (2017)

Makmudah (2019), Jourard (2011)