

# Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas

Tegar Roli A.

Pascasarjana Komunikasi Penyiaran Islam

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

tegarroly@gmail.com

**Abstract:** Objective of this study is to explore a phenomenon of how social media shapes identity on teen. The research is using Von Eckartsberg phenomenology analysis. Steps used on yhis procedures are data analysis, formed in explication and interpretation. After interview data is completed, last phase of this procedure is to read and meticulously analyzed the data to uncover the meaning configuration, both structure and the processes. Subject of this study is teen, actively using social media, account owner of facebook and twitter. Result of the study shows that each subject has projected different identity on each social media they have. In terms of personal orientation, these teen are using social media to communicate with their peers. This orientation is the reason why these teen have social media account of more than one. Moreover, these teen try to construct positive image on those social media. Their images are often presented as smart, happy by hobbies and leisure they participate. These teen is quite open in showing their identity. It is showed on their photos, words and expression on social media status.

**Keywords:** Phenomenology, Teen, Social Media, Identity Theory

**Abstrak:** Kajian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. Riset ini menggunakan analisis fenomenologi dari Von Eckartsberg. Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian fenomenologi ini adalah dengan menggunakan analisis data, berupa eksplikasi dan interpretasi. Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian fenomenologi ini adalah dengan menggunakan analisis data, berupa eksplikasi dan interpretasi. Setelah semua data terkumpul berdasarkan hasil wawancara, maka langkah terakhir yang harus dilakukan oleh peneliti adalah membaca dan meneliti dengan cermat data hasil wawancara untuk meng-

ungkapkan konfigurasi makna, baik struktur maupun bagaimana makna tersebut diciptakan. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki akun media sosial facebook dan twitter. Hasil penelitian mengenai fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas diri mereka, menunjukkan bahwa remaja menunjukkan identitas diri yang berbeda-beda dalam ketiga akun media sosial tersebut. Secara orientasi personal, para remaja menggunakan media sosial dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka. Sehingga mereka memutuskan untuk memiliki akun media sosial lebih dari satu. Nilai individu yang ditampilkan dalam media sosial, para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di media sosial tersebut. Remaja suka menampilkan identitas mereka yang *smart*, terlihat bahagia, dan suka menampilkan hobi atau kegiatan yang mereka sukai. Para remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas mereka. Hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan mengupload kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun status) dan mengungkapkan permasalahan pribadi di media sosial, dalam bentuk tersirat.

**Kata Kunci:** Fenomenologi, Remaja, Media Sosial, Teori Identitas.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara interaksi individu dengan individu yang lain. Internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunaannya. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Internet menembus batas dimensi kehidupan pengguna, waktu, dan ruang, yang dapat diakses oleh siapapun, kapan pun, dan dimana pun.

Keberadaan internet secara tidak langsung menghasilkan sebuah generasi yang baru. Generasi ini dipandang menjadi sebuah generasi masa depan yang diasuh dan dibesarkan dalam lingkungan budaya baru media digital yang interaktif, yang berwatak menyendiri (desosialisasi), berkomunikasi secara personal, melek komputer, dibesarkan dengan videogames, dan lebih banyak waktu luang untuk mendengarkan radio dan televisi.<sup>1</sup>

Terjadi pergeseran budaya, dari budaya media tradisional yang berubah menjadi budaya media yang digital. Salah satu media sosial yang cukup

berpengaruh di Indonesia adalah Facebook. Koran Kompas menyatakan bahwa pengguna Facebook di Indonesia mencapai 11 juta orang. Keberadaan media sosial telah mengubah bagaimana akses terhadap teknologi digital berjangkauan.<sup>2</sup>

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dirilis kominfo.com, mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Dijelaskan ada tiga motivasi bagi anak dan remaja untuk mengakses internet yaitu untuk mencari informasi, terhubung dengan teman (lama dan baru) dan untuk hiburan. Pencarian informasi yang dilakukan sering didorong oleh tugas-tugas sekolah, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan didorong oleh kebutuhan pribadi.

Penggunaan media sosial di kalangan remaja pada saat ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari lagi. Hampir setiap hari remaja mengakses media sosial hanya untuk sekedar mencari informasi melalui twitter, kemudian menyampaikan kegiatan yang mereka lakukan melalui facebook. Hasil dari survey yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo yang di rilis dari Suara Merdeka, 27 desember 2016, menunjukkan 5 media sosial terpopuler di Indonesia, yaitu Facebook dengan 65 juta pengguna, Twitter 19,5 juta pengguna, Google+ 3,4 juta pengguna, LinkedIn 1 juta pengguna, dan Path 700 juta pengguna.

CEO Twitter, Dick Costolo menyebut Indonesia sebagai salah satu pengguna daring (*online*) terbesar di dunia. Dia menambahkan dengan adanya Twitter membuat masyarakat Indonesia pada saat ini menyadari apa yang sedang terjadi, saling memberikan informasi yang bermanfaat. Anak muda Indonesia mampu menggunakan industri kreatifnya dan menggunakan Twitter untuk hal-hal positif. "Keuntungan Twitter adalah semakin banyak pengguna semakin banyak yang dapat mengonfirmasi rumor yang ada", Dick Costolo.<sup>3</sup>

Kehadiran media sosial di kalangan remaja, membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Terjadi pergeseran budaya di kalangan remaja, para remaja tidak segan-segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Penelitian ini ingin mendeskripsikan bagaimana media sosial digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri.

## KAJIAN TEORITIS

### a. Identitas

Identitas, merupakan sebuah hal yang penting di dalam suatu masyarakat yang memiliki banyak anggota. Identitas membuat suatu gambaran mengenai seseorang, melalui; penampilan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan, penilaian diri, dan faktor persepsi yang lain, yang semuanya digunakan dalam mengkonstruksi identitas budaya. Identitas menurut Klap meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri – statusnya, nama, kepribadian, dan masa lalunya.<sup>4</sup>

Dijelaskan bahwa identitas merupakan hal yang penting dalam sebuah komunikasi budaya.<sup>5</sup> Konsep identitas juga dapat dilihat dari aspek budaya yang didefinisikan sebagai emotional signifikan, yang membuat seseorang dilekatkan pada suatu hal, yang membedakannya dengan orang lain sehingga lebih mudah untuk dikenal.

*Social Identity Theory* (SIT) menurut Tajfel & Turner bertujuan bahwa individu memiliki sebuah konsep pada dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasi dirinya sendiri. Identitas personal melihat bahwa individu adalah sebuah makhluk yang unik, memiliki budaya, hidup di dalam sebuah group, dan identitas sosial mengacu pada pengetahuan dalam anggota kelompok budaya dan berkomunikasi dengan budaya yang lain. Karakteristik individu yang dipengaruhi oleh kolektivistik dalam komunikasi individu:

- *Personality Orientations* (orientasi personal), menggambarkan bagaimana orientasi personal dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain.
- *Individual Values* (nilai-nilai individu), merupakan nilai-nilai *personality* yang dimiliki oleh individu dalam mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika melakukan komunikasi.
- *Self Constructuals* (penyingkapan diri/ ekspresi diri), menggambarkan bagaimana individu mengekspresikan dirinya ketika berkomunikasi dengan individu yang lain.

Fokus utama di dalam teori ini adalah melihat bagaimana identitas merupakan suatu hal yang diproduksi dalam kategori sosial.<sup>6</sup> Kategori sosial bisa berupa etnisitas, gender, dan afiliasi politik, sebagai bagian dalam struktur sosial. Individu termasuk bagian dalam kategori sosial dan pada dasarnya

adalah anggota dalam kategori sosial tersebut. Identitas menghubungkan antara individu dengan masyarakat melalui anggota suatu kelompok yang mempengaruhi kepercayaan individu, perilaku, dan pengetahuan dalam hubungan mereka dengan anggota dari kelompok sosial yang lain.

Dalam perspektif komunikasi, identitas tidak dihasilkan secara sendiri, melainkan dihasilkan melalui proses komunikasi dengan yang lain. Prinsip utama di dalam identitas muncul ketika sebuah pesan berubah di antara dua orang. Identitas dapat dinegosiasikan, diperkuat, dan diubah dalam suatu proses komunikasi. Tujuan dari identitas ini adalah menjadikan dan membangun sebuah komunikasi.

## **b. Interaksi simbolik**

Teori interaksi simbolik merupakan sebuah cara berpikir mengenai pikiran, diri, dan masyarakat. George Herbert Mead, memahami interaksi simbolik sebagai interaksi di antara manusia, baik secara verbal maupun nonverbal untuk memunculkan suatu makna. Dengan adanya aksi dan respon dari individu yang lain, secara tidak langsung kita memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan yang ada.

Hal yang mendasar di dalam teori ini adalah pentingnya makna dalam perilaku manusia, pentingnya konsep diri, dan hubungan antara individu dengan masyarakat. Mead mengemukakan tiga konsep penting di dalam teori<sup>7</sup> ini yaitu;

### 1) Masyarakat

Masyarakat dalam pemikiran teori interaksi simbolik, terdiri atas perilaku yang saling bekerja sama di antara para anggotanya. Mead menyebut bahwa masyarakat terwujud atau terbentuk dengan adanya simbol-simbol berupa isyarat dari tubuh. Karena dengan adanya kemampuan manusia dalam mengucapkan simbol dan bertindak, serta merespon apa yang dihasilkan maka kita akan berempati dan mengambil peran mereka. Di sini masyarakat merupakan sebuah jaringan interaksi sosial dimana anggota masyarakat memberikan makna terhadap tindakan mereka sendiri dan tindakan orang lain dengan menggunakan simbol. Keadaan saling mempengaruhi antara menanggapi orang lain dan menanggapi diri sendiri merupakan sebuah konsep penting di dalam teori ini.

### 2) Diri

Menurut paham dalam interaksi simbolik, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri.

Sebuah teori yang mengungkapkan mengenai diri, bagaimana pengalaman berinteraksi dengan dengan orang lain. Dalam teori tentang diri ini, terdiri atas seperangkat elemen yang terdiri dari tiga dimensi. “Dimensi pertama adalah dimensi menunjukkan (*display*), yaitu apakah aspek dari diri itu dapat ditunjukkan kepada pihak luar (*public*) atau merupakan sesuatu yang privat. “Dimensi kedua adalah realisasi atau sumber, yaitu tingkatan atau derajat pada bagian atau wilayah tertentu dari ‘diri’ yang dipercaya berasal dari dalam individu sendiri atau berasal dari luar. Elemen diri yang dipercaya berasal dari internal disebut dengan istilah *individually realized*, sedangkan elemen diri yang dipercaya berasal dari hubungan orang itu dengan kelompoknya disebut dengan *collectively realized*. Dimensi ketiga adalah disebut dengan agen, yaitu derajat atau tingkatan dari kekuatan aktif yang ditimbulkan oleh diri. Elemen aktif merupakan tindakan yang dilakukan orang, sedangkan elemen pasif adalah kebalikannya”.<sup>8</sup>

Teori mengenai diri membahas mengenai bagaimana kesadaran diri (*self consciousness*), dimana seseorang memikirkan dirinya sebagai suatu objek, yang berarti etika seseorang memikirkan dirinya ia menunjukkan kesadaran akan dirinya. Kita memiliki diri karena kita dapat menanggapi diri kita sebagai suatu objek. Satu-satunya syarat agar sesuatu menjadi objek adalah dengan cara memberikannya nama dan menunjukkannya secara simbolik. Para remaja sering sekali memandang diri mereka dengan cara orang lain memandang mereka. Mereka akan menggunakan gambaran yang diberikan oleh orang lain kepada mereka melalui berbagai interaksi yang mereka lakukan dengan orang lain. Hal ini dapat dilakukan melalui proses pengambilan peran atau menggunakan perspektif orang lain dalam melihat diri kita, menuntun kita untuk memiliki konsep diri. Konsep diri adalah keseluruhan persepsi kita mengenai cara orang lain melihat kita. Dimana seorang individu telah belajar untuk mengenal gambaran diri mereka melalui interaksi simbolik selama bertahun-tahun dengan individu yang berada di sekelilingnya. Orang-orang terdekat seperti orang tua, saudara, teman dekat, dan pacar adalah orang-orang yang sangat penting karena reaksi mereka akan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri seseorang.

Mead menambahkan bahwa diri memiliki dua sisi yang masing-masing memiliki tugas penting, yaitu diri yang mewakili ‘saya’ sebagai subjek (I) dan ‘saya’ sebagai objek (*me*). Saya sebagai subjek adalah bagian dari diri saya yang bersifat menuruti dorongan hati, tidak teratur, tidak langsung, dan tidak dapat diperkirakan. Adapun saya sebagai objek adalah konsep diri yang ter-

bentuk dari pola-pola yang teratur dan konsisten yang dipahami oleh individu dan dipahami oleh orang lain yang bersama dengannya.

### 3) Pikiran

Pikiran di dalam teori interaksi simbolik merupakan suatu proses dari kegiatan interaksi dengan diri anda sendiri. Kemampuan berinteraksi yang berkembang bersama-sama dengan diri menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena menjadi bagian dari setiap tindakan. Teori interaksi simbolik dalam artikel ini akan melihat bagaimana seorang individu berinteraksi dengan masyarakat dalam menyampaikan konsep dirinya melalui menampilkan kehidupan pribadi (ruang privat) ke dalam ruang publik.

## c. Ekologi media

Konvergensi media menghasilkan perubahan dalam arus informasi. Konvergensi media merupakan sebuah istilah yang mulai banyak digunakan sejak tahun 1990-an. Konvergensi menjadi suatu istilah yang umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, dimana di dalam konvergensi terjadi pengintergrasian teks, angka, gambar, video, dan suara dalam suatu media.

Fungsi dari konvergensi media oleh Miles adalah sebagai informasi dan media yang meningkatkan proses pemikiran berdasarkan sistem teknologi berbasis komputer dan membawa pengguna media melintasi jaringan komunikasi. Adapun tujuan dari konvergensi adalah pencapaian suatu tujuan yaitu pengelolaan konten, baik berupa informasi, gambar, audio, dan lain-lain, agar dapat diakses masuk dalam jenis teknologi apapun sehingga dapat dikonsumsi oleh satu jenis atau berbagai jenis media. Adanya konvergensi media membuat khalayak bebas dalam mengakses, memproduksi, serta mengonsumsi informasi.

Setiap jenis teknologi, melahirkan lingkungan teknologi. Lingkungan teknologi ini secara tidak langsung mengubah kebudayaan, norma-norma sosial, pola-pola interaksi, dan organisasi-organisasi masyarakat”, ungkap Toffler.<sup>9</sup> Ungkapan ini secara tidak langsung menjelaskan mengenai ungkapan McLuhan mengenai hubungan antara teknologi, media, dan masyarakat atau yang sering disebut dengan *tehnological determinism*, yaitu paham bahwa teknologi bersifat determinan atau menentukan dalam membentuk kehidupan manusia.

Pemikiran McLuhan (West & Turner, 2007) ini sering dinamakan teori mengenai ekologi media, dimana melihat lingkungan media, gagasan bahwa

teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi yang memainkan peran penting dalam kehidupan manusia. Asumsi dari teori ekologi media, yaitu:

- Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat. Asumsi pertama ini menekankan pada gagasan pada saat ini manusia tidak dapat lepas dari media. Media merupakan sebuah hal yang penting, bahkan menembus ke dalam kehidupan manusia yang paling dalam. Keberadaan media memberikan pengaruh dalam kehidupan manusia dan masyarakat.
- Media memperbaiki persepsi dan mengelola pengalaman. Asumsi kedua ini menjelaskan bagaimana manusia secara langsung dipengaruhi media, yakni media memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi pandangan kita terhadap dunia.
- Media mengikat dunia bersama-sama Asumsi ketiga dari teori ekologi media menyebutkan bahwa media mengikat dunia bersama-sama. Untuk menjelaskan bagaimana media mengikat dunia menjadi satu sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya global, atau yang disebut dengan *global village*.

Kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia memiliki hubungan simbolik dengan teknologi, dimana kita menciptakan teknologi dan kemudian teknologi kembali pada siapa diri kita. Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat pada saat ini masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi.

Teknologi komunikasi menjadi penyebab utama perubahan budaya, McLuhan dan Innis menyatakan bahwa media merupakan kepanjangan atau eksistensi dari pikiran manusia, dengan demikian media memegang peran dominan dalam mempengaruhi tahapan perkembangan manusia.<sup>10</sup> O'Brien mengatakan bahwa perilaku manusia dan teknologi memiliki interaksi di dalam lingkungan sosioteknologi. Sehingga bisa dikatakan bahwa ketika IT hadir dalam bentuk yang baru, maka akan mempengaruhi struktur masyarakat, strategi komunikasi, masyarakat dan budaya, serta proses sosial. Kehadiran new media secara tidak langsung mengubah struktur masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia, bisa dikatakan menganut struktur sosial yang lama atau sering disebut tradisional.

Adanya pergeseran struktur sosial masyarakat secara tidak langsung mengubah pola komunikasi yang terjadi di dalam masyarakat tersebut. Saat ini remaja di Indonesia menjadi tidak segan dalam menyampaikan segala kegiatan pribadinya ke dalam ruang publik. Terjadi pergeseran budaya, mereka hidup dalam sebuah desa global dimana mereka mencoba untuk mengenal dan saling peduli dengan orang lain. Individu- individu di dalam masyarakat Indonesia, sekarang lebih aktif dalam membagi kisah kehidupan mereka melalui sosial media.

## **METODE RISET**

Riset ini menggunakan analisis fenomenologi dari Von Eckartsberg. Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian fenomenologi ini adalah dengan menggunakan analisis data, berupa eksplikasi dan interpretasi. Setelah semua data terkumpul berdasarkan hasil wawancara, maka langkah terakhir yang harus dilakukan oleh peneliti adalah membaca dan meneliti dengan cermat data hasil wawancara untuk mengungkapkan konfigurasi makna, baik struktur maupun bagaimana makna tersebut diciptakan.

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki akun media sosial facebook dan twitter.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Moleong menjelaskan bahwa pendekatan fenomenologi merupakan sebuah pandangan yang fokus terhadap pengalaman – pengalaman subjektif manusia.<sup>11</sup> Hasil dan pembahasan dari pengalaman remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas diri, sebagai berikut;

- Pengalaman para informan menggunakan Facebook dalam membentuk identitas diri.

Dalam menggunakan facebook, para informan secara tidak langsung membentuk identitas diri mereka melalui tiga gambaran, yaitu orientasi personal, nilai-nilai individu, dan ekspresi diri. Orientasi personal Gudykuns, menggambarkan bagaimana orientasi personal dari individu dalam berhubungan dan berkomunikasi dengan orang lain.

Melalui facebook, para informan mengakui bahwa mereka menggunakan media sosial facebook dikarenakan mereka terorientasi secara personal untuk berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain. Berikut merupakan kutipan dari beberapa alasan mengapa informan memutuskan untuk menggunakan facebook.

“Dulu itu gara-gara temen-temen pakai, ya udah ikutan. Jadi supaya enggak ketinggalan sama temen-temen. Misal pas lagi ngobrol tentang facebook, terus aku nggak punya kan kayak nggak balance”. (Informan I)

“Kalau enggak salah sekitar kelas 2 SMA, mungkin sudah sekitar 5 tahun menggunakan facebook. Karena untuk kepentingan waktu paskib mbak. Temen-temen pada pakai, aku juga akhirnya buat facebook supaya bisa berkomunikasi”. (Informan II)

“Friendster sudah ditinggal, aku udah enggak punya temen lagi di friendster, terus pacarku juga buat facebook, yaudah aku buat facebook. Ngikutin tren mbak”. (Informan III)

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa para informan secara tidak langsung memutuskan untuk memiliki media sosial facebook dikarenakan mereka tertarik secara personal untuk berkomunikasi dengan orang lain yaitu teman-teman mereka. Dijelaskan terdapat tiga motivasi bagi anak dan remaja untuk mengakses internet yaitu untuk mencari informasi, terhubung dengan teman (lama dan baru) dan untuk hiburan. Dalam berhubungan dengan individu yang lain, para informan mengakui meski pada saat ini sudah jarang aktif dan mengupdate status di facebook, mereka masih menggunakan facebook hingga saat ini dikarenakan masih menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka.

“Biasanya akses karena ada beberapa teman-teman yang kirim message, kayak undangan pameran githu mas”. (Informan I)

“Karena temen-temen SMA masih banyak yang pakai facebook. Jadi kayak ajang silaturahmi. Kemudian sama guru-guru SMA lewat facebook”. (Informan II)

“Masih pakai facebook mungkin karena ya itu mbak, aku takutnya masih ada kebutuhan disitu. Misalnya waktu aku kerja, atau waktu nikah misalnya gitu. Soalnya kan ada banyak temen lama di facebook”. (Informan III)

Nilai individu, merupakan nilai-nilai personaliti yang dimiliki oleh individu dalam mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika melakukan komunikasi. Dalam menggunakan media sosial facebook, para informan menampilkan nilai-nilai personal yang mereka miliki secara berbeda-beda. Mereka mengakui pada awal penggunaan mereka masih

mengupdate masalah pribadi, tetapi pada saat ini mereka sudah tidak mengupdate masalah pribadi atau mengupdate masalah tersebut secara tersirat.

“Kalau aku paling sering update status tentang bola, aku seneng banget sama Liverpool, terus sharing tentang musik juga. Eemm kalau galau kadang-kadang. Paling biasanya kalau habis nonton film, terus ada suatu quotes yang itu tu lagi aku banget. Jadi aku galaunya terselubung githu mbak”. (Informan I)

“Kalau dulu waktu jaman SMA yang masih alay, kalau kuliah sekarang lebih ke proses pendewasaan jadi lebih ke sesuatu yang membuat motivasi diri aja. Kadang-kadang waktu membaca apa, ada quote yang menarik, aku langsung share lewat facebook”. (Informan II)

“Kalau dulu ya menampilkan sebagai model. Karena dulu kan fotografer-fotografer ngetag-ngetag foto ke aku. Waktu dulu aku belum pakai jilbab mbak. Rata-rata aku upload foto ulang dari fotografer, jadi fotoku bagus-bagus pada masa itu”. (Informan III)

Hasil dari wawancara di atas menunjukkan bahwa remaja, menggunakan media sosial untuk menampilkan citra diri mereka, agar tampil seperti yang mereka harapkan. Dijelaskan bahwa salah satu alasan remaja menggunakan media sosial adalah untuk menumbuhkan citra. Oleh sebab itu, remaja menjadikan media sosial sebagai penumbuh citra positif mereka. Remaja akan cenderung memberikan kesan yang baik saat di media sosial. Mereka berharap orang lain melihat mereka seperti apa yang mereka harapkan.

Dari kedua media sosial di atas para informan mengakui bahwa mereka pernah menyatakan atau menampilkan perasaan atau masalah pribadi melalui akun media tersebut baik secara tersurat ataupun tersirat. Informan pertama mengakui pernah mengungkapkan perasaannya menggunakan media sosial twitter.

“Jaman SMA pernah menampilkan perasaan.....Pacar aku selingkuh dan selingkuhannya nyindir aku di twitter. Ya akhirnya aku balas mbak, tetapi balasannya lewat sindiran. Aku mah orangnya kalau enggak disenggol duluan orangnya nggak bakal nyenggol”.

Namun pada saat ini, informan pertama mengakui bahwa dia lebih berhati-hati untuk mengupload di twitter. Menurutnya twitter merupakan sebuah media sosial yang menuntut seseorang untuk lebih pintar.

“Kalau di twitter waktu update status lebih hati-hati. Mencitrakan dirinya lebih Smart sedikit”.

Berbeda dengan informan kedua, dia mengakui pernah menyatakan permasalahan pribadinya melalui facebook pada saat SMA.

“Kalau sekarang sih sudah jarang, kalau dulu SMA ya galau-galau enggak jelas”.

Adapun informan yang satu ini, mengakui hingga saat ini lebih sering menuliskan permasalahan pribadinya secara tersirat melalui twitter. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan perhatian. Seorang pemerhati tren digital dan remaja menyatakan bahwa pihaknya mendapat perhatian adalah dengan cara berbagai informasi menjadi kunci bagi mereka untuk mendapatkan perhatian bagi diri mereka sendiri. Mereka seringkali mengeluhkan tentang oversharing yang dilakukan pengguna media sosial lain. Padahal, mereka sendiri juga terjebak di dalamnya. Mereka berbagi begitu banyak hal (bahkan yang bersifat pribadi) di dalam media sosial.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian mengenai fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas diri mereka, menunjukkan bahwa ;

1. Remaja menunjukkan identitas diri yang berbeda-beda dalam ketiga akun media sosial tersebut.
2. Secara orientasi personal, para remaja menggunakan media sosial dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi dengan teman-teman mereka. Sehingga mereka memutuskan untuk memiliki akun media sosial lebih dari satu.
3. Nilai individu yang ditampilkan dalam media sosial, para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri mereka di media sosial tersebut. Remaja suka menampilkan identitas mereka yang *smart*, terlihat bahagia, dan suka menampilkan hobi atau kegiatan yang mereka sukai.
4. Para remaja cukup terbuka di media sosial dalam menunjukkan identitas mereka. Hal ini ditunjukkan dengan keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan mengupload kegiatan yang sedang mereka lakukan (baik melalui foto ataupun status) dan mengungkapkan permasalahan pribadi di media sosial, dalam bentuk tersirat.

## ENDNOTE

- <sup>1</sup> Idi Subandy Ibrahim, *Kritik Budaya Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra 2011), hlm. 310.
- <sup>2</sup> Idi Subandy Ibrahim, *Kritik Budaya Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra 2011), hlm. 312
- <sup>3</sup> Suara Merdeka, "Indonesia Pasar Paling Menguntungkan", 27 Maret 2015.
- <sup>4</sup> Berger, Arthur Asa, *Pengantar Semiotika Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*, Yogyakarta, Tiara Wacana 2010) hal. 125.
- <sup>5</sup> Gudykunst, William B dan Bella Mody, *Handbook of International and Intercultural Communication 2nd Edition*, United States of Amerika, Sage. 2002. hal. 225.
- <sup>6</sup> Hogg, 1993; Hogg & Abraham, 1988; Turner 1991, dalam Gudykunst, 2002) hal. 259.
- <sup>7</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Massa*. (Bogor, Ghalia Indonesia 2010). hal 128-133.
- <sup>8</sup> Morissan, dkk.. *Teori Komunikasi Massa*. (Bogor, Ghalia Indonesia 2010). hal.: 136-137.
- <sup>9</sup> Idi Subandy Ibrahim, *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. (Jalasutra: Yogyakarta.
- <sup>10</sup> Morissan, dkk. *Teori Komunikasi Massa*. (Bogor: Ghalia Indonesia 2010). hal 31.
- <sup>11</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal: 13-14.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Arthur Asa, (2010), *Pengantar Semiotika Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*, Yogyakarta, Tiara Wacana.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana, Jakarta.
- Desyana, Cornila. (2015). *Path Klaim Paling Banyak Pengguna di Indonesia*.<http://www.tempo.co/read/news/2014/02/24/061556984/PathKlaim-Paling-Banyak-Pengguna-di-Indonesia>, Diakses tanggal 11 Maret 2015.
- Flew, Terry. (2004). *New Media*. Australia, Oxford.
- Griffin, E.M. (2003). *A First Look at Communication Theory 5th Edition*. McGraw Hill, New York.
- Gudykunst, William B dan Bella Mody, (2002). *Handbook of International and Intercultural Communication 2nd Edition*, United States of Amerika, Sage.
- Ibrahim, Idi Subandy. (1997). *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta, Jalasutra.

- Ibrahim, Idi Subandy, (2011), *Kritik Budaya Komunikasi*, Yogyakarta, Jalasutra.
- Jatmika, Aningtias. (2015). *4 Alasan Remaja Gemar Media Sosial*.  
<http://tekno.tempo.co/read/news/2013/06/28/061491864/4-alasan-remaja-gemarmedia-sosial>. diakses tgl 9 Juni 2015, jam 12.45
- Lukman, Enricko. (2014). Laporan 30 Juta Pengguna Internet di Indonesia adalah Remaja.  
<http://id.techinasia.com/laporan-30-juta-pengguna-internet-di-indonesia-adalahremaja/> Diakses tanggal 11 Maret 2015.
- Morissan, dkk. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Moleong, J.Lexy. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Panji, Aditya. (2014). Hasil Survei Pemakaian Internet Remaja Indonesia  
<http://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia>.