

SEMINAR TUTUP

**STUDI KASUS EKISTENSI DIRI ORANG TUA DALAM PELIBATAN
ANAK USIA DINI DI INSTAGRAM**

OLEH :

Sakiah Jumrah

P1400216024



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SEMINAR TUTUP

**STUDI KASUS EKISTENSI DIRI ORANG TUA DALAM PELIBATAN
ANAK USIA DINI DI INSTAGRAM**

OLEH :

Sakiah Jumrah

P1400216024



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2020

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

STUDI KASUS EKISTENSI DIRI ORANG TUA DALAM PELIBATAN ANAK USIA DINI DI INSTAGRAM

Disusun dan diajukan oleh

SAKIAH JUMRAH

Nomor Pokok P1400216024

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin pada tanggal **14 Desember 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,

Dr. Muh. Nadjib M., M.Ed. M.Lib.
Nip. 195403061978031002

Pembimbing Pendamping,

Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si.
Nip. 197306172006042001

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,

Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.
Nip. 196107161987021001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

Prof. Dr. H. Armin, M.Si.
Nip. 196511091991031008

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sakiah Jumrah
NIM : P1400216024
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, Desember 2020

Yang menyatakan,



Sakiah Jumrah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamu Alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas izin dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul: *STUDI KASUS EKSISTENSI DIRI ORANG TUA DALAM PELIBATAN ANAK USIA DINI DI INSTAGRAM*, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister dalam bidang Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan yang harus terus diperbaiki serta keterbatasan ilmu yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat berharap dukungan dan sumbangan pikiran baik kritik maupun saran yang membangun agar kedepannya dapat menjadi lebih baik.

Selama menjalani proses perkuliahan begitu banyak pengalaman dan pembelajaran yang penulis dapatkan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak serta pribadi yang telah memberikan andil besar selama proses perkuliahan hingga akhir tesis ini:

1. Penulis mendedikasikan tesis ini kepada kedua orang tua penulis, Abah Djumrah Sultan rahimullah yang tidak bisa kebersamai hingga penulis menyelesaikan studi S2, namun perjuangan beliau untuk bisa mengantarkan anaknya bisa menyelesaikan studi sangat penulis rasakan hingga akhir hayat beliau dan Ibunda Hj. Badriahselepas kepergian sang pujaan hati masih gigih memperjuangkan penulis agar bisa menyelesaikan studi dengan baik tanpa kenal lelah dan tidak menyerah memberikan semangat kepada penulis dikala penulis hampir saja menyerah untuk menyelesaikan studi. Serta tujuh kakak, Muh. Ali Hanafi Djumrah, Muh. Jafar Sadik Djumrah, Abd. Kadir Jaelani Djumrah, Rafiuddin Djumrah, Sulaiha Djumrah, Munawwarah Djumrah, Sabir Djumrah serta adik Mutmainnah Djumrah. Ketujuh kakak ipar Mita Sari Puji Utami, Munazirah, Wahyuningsih Abdullah, Anhy Dewi, Hamkah Muhammad, Afrizal Mammaliang, Wirda Hayati serta adik ipar Muhammad Hidayat Lammi yang senantiasa memberikan motivasi dan

dorongan spiritual, moril juga material kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan. Terima kasih atas doa dan perhatian yang tiada henti diberikan selama penulis menyelesaikan pendidikan pada jenjang ini.

2. Kedua anakku tercinta Zivanna Ghaida Ansar dan Amri Nufail Ansar yang terpaksa dibagi waktunya dengan penyelesaian studi umma, terima kasih anak-anak sholeha sholeh dan baiknya umma. Abba dari anak-anakku Ansar Azis yang sudah membersamai selama pendidikan penulis, terimakasih atas dukungan yang sudah diberikan selama ini.
3. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA, selaku Rektor Universitas Hasanuddin Makassar.
4. Dr. M. Nadjib, M.Ed, M.Lib. rahimullah, selaku ketua Komisi Penasehat atas bantuan dan bimbingan serta waktu yang sangat berharga yang telah diluangkan kepada penulis, atas masukan, saran dan perbaikan walau beliau tidak bisamembersamai hingga selesainya tesis ini, semoga beliau dilapangkan kuburnya.
5. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos, M.Si., sebagai anggota Komisi penasehat yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan saran yang sangat berharga kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
6. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si., Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si. dan Dr. H. Muhammad Farid, M.Si selaku dosen penguji, Terima kasih atas ilmu dan masukannya kepada penulis
7. Dr. H. Muhammad farid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin, Makassar, atas dedikasi terhadap penulis dan mahasiswa angkatan 2016.
8. Dosen-dosen pengajar Pascasarjana Program Ilmu Komunikasi atas ilmunya kepada penulis dan motivasinya untuk terus berjuang dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Terima kasih untuk para om dan para tante, sepupu-sepupu, yang senantiasa memberikan dukungan selama penulis menempuh jenjang pendidikan magister dan sangat membantu penulis selama menyelesaikan pendidikan.

10. Terima kasih teman-teman Pascasarjana Ilmu Komunikasi angkatan 2016KOMUNIKECE atas kebersamaan dua tahun yang tidak akan terlupakan,
11. Terima kasih untuk teman angkatan saya dijenjang S1 dan menjadi adik tingkat saya dijenjang S2, Nur Akbar yang telah memberikan bantuan masukan untuk tema dari proposal sehingga penulis bisa maju untuk menyelesaikan pendidikan dijenjang S2 ini.
12. Para sahabat sholehaku yang menjadi motivator dibelakang layar, Syamsuri, Wahyulia, Rizki Amelia, Multasima Amir, Ayu Nurfika T, jazakhullahu khairan katsiran ukhti fillah.
13. Staf tata usaha yang sudah mau diganggu siang dan malam oleh penulis ketika membutuhkan informasi segera, terimakasih bapak Irman dan Ibu Irha serta pak Mail atas segala bantuannya.
14. Serta semua pihak yang namanya tidak tercantum dalam tesis ini, tetapi telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Hanya Allah SWT yang mampu membalas kebaikan orang-orang yang telah membantu penulis selama penyelesaian study. Akhir kata, segala yang direncanakan manusia hanya dapat terealisasikan dengan usaha yang maksimal dan tawakkal kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua.

Makassar, Desember 2020

Sakiah Jumrah

ABSTRACT

SAKIAH JUMRAH. *A Case Study on Parents' Self-Existence in Early Childhood Involvement in Instagram* (supervised by **M. Nadjib** and **Tuti Bahfiarti**)

The aim of this research is to analyze the form the parents' self-existence to involve early childhood in Instagram and the factors affecting the involvement of early childhood in Instagram viewed from two categories, i.e. supporting factors and inhibiting factors.

This research was a descriptive qualitative study. The respondents were parents. The sample was determined using purposive sampling technique and the data were obtained through observation, in-depth interview, and unstructured interview. They were processed and analyzed qualitatively using interactive analysis model by Miles and Huberman.

The results of the research indicate that the forms of parents' self-existence especially young mothers as the focus in this study based on media exposure according to Lometti, et al. are the content of the upload news focusing on the process of child development and the creation of the child's own instagram account. The factors affecting children's involvement in using Instagram are based on Franki's idea divided into two categories, i.e. supporting factors and inhibiting factors. Five informants agree that freedom factor with aesthetic characteristics is the main supporting factor and four informants agree that spirituality with religious characteristics is the supporting factor, while one informant chooses it as an inhibiting factor. Beside that four informants say that responsibility with ethic characteristics is a supporting factor because of the social support to share with other users, and one informant choose it as an inhibiting factor because of the parents' responsibility not to expose their children excessively.

Key words: self-existence, early childhood, new media, Instagram



ABSTRAK

SAKIAH JUMRAH. *Studi Kasus Eksistensi Diri Orang Tua dalam Pelibatan Anak Usia Dini di Instagram* (dibimbing oleh M. Nadjib, dan Tuti Bahfiarti).

Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk eksistensi diri orang tua dengan melibatkan anak usia dini di instagram dan faktor yang memengaruhi pelibatan anak usia dini ini di instagram yang dibagi ke dalam dua kategori, yaitu faktor pendorong dan faktor penghambat.

Metode yang digunakan ialah deskriptif kualitatif. Pemilihan informan dilakukan secara purposif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan menggunakan teknik wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*). Data diolah secara kualitatif dan dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk eksistensi diri orang tua, khususnya ibu muda yang menjadi fokus subjek penelitian diambil dari interaksi berdasarkan terpaan media menurut Lometti dkk. yang isi unggahan berfokus pada proses tumbuh kembang anak serta pembuatan akun instagram sendiri untuk anak. Faktor yang memengaruhi pelibatan anak di instagram menggunakan tiga faktor pemikiran dari Frankl yang dibagi ke dalam dua kategori, yaitu faktor pendorong dan penghambat. Lima informan setuju untuk faktor kebebasan dengan ciri khas estetis sebagai faktor pendorong utama; 4 informan menjadikan sebagai faktor pendorong untuk faktor spiritualitas dengan ciri khas religius; 4 informan menjadikan sebagai faktor pendorong, sedangkan 1 informan memilih sebagai faktor penghambat; 4 informan menjadikan sebagai faktor pendorong karena dorongan sosial untuk berbagi dengan pengguna lain untuk faktor tanggung jawab dengan ciri khas etis; 1 informan memilih sebagai faktor penghambat karena tanggung jawab sebagai orang tua untuk tidak mengekspos anak secara berlebihan.

Kata kunci: eksistensi diri, anak usia dini, media baru, instagram



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTARTABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Konsep	12
1. Interaksi Komunikasi.....	12
2. Eksistensi Diri	18
3. Konsep Media Baru (New Media)	30
4. Media Baru (New Media)	31
5. Gadget.....	42
6. Internet.....	43
7. Instagram.....	45
8. Pengaruh teknologi terhadap tumbuh kembang anak usia dini ..	53
9. Persepsi pada Komunikasi Interpersonal.....	62
B. Landasan Teori	78
1. Pencapaian Eksistensi Diri	78
2. Teori Media Baru (New Media Theory).....	81

3. Teori Atribusi	86
C. Penelitian yang Relevan	89
D. Kerangka Pemikiran	92
E. Defenisi Operasional.....	93
BAB III METODE PENELITIAN.....	94
A. Jenis Penelitian	94
B. Pendekatan Penelitian	95
C. Lokasi Penelitian	95
D. Informan Penelitian	96
E. Jenis dan Sumber Penelitian	98
F. Teknik Pengumpulan Data.....	99
G. Teknik Analisis Data.....	100
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	103
A. Hasil Penelitian	103
B. Pembahasan	152
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	165
A. KESIMPULAN	165
B. SARAN.....	166
DAFTAR PUSTAKA.....	168
LAMPIRAN-LAMPIRAN	172

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pembuatan akun Instagram yang gagal.....	8
Gambar 2.1. Data Pengguna Instagram	52
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	92
Gambar 3.1. Interaktif Miles dan Huberman	101
Gambar 4.1. Akun IG Informan 1 dan Anak.....	104
Gambar 4.2. Akun IG Informan 2 dan Anak.....	105
Gambar 4.3. Akun IG Informan 3 dan Anak.....	106
Gambar 4.4. Akun IG Informan 4 dan Anak.....	107
Gambar 4.5. Akun IG Informan 5 dan Anak.....	108
Gambar 4.6. Unggahan Isi Media Informan 1	123
Gambar 4.7. Unggahan Isi Media Informan 2	126
Gambar 4.8. Unggahan Isi Media Informan 3	130
Gambar 4.9. Unggahan Isi Media Informan 4	133
Gambar 4.10. Unggahan Isi Media Informan 5	137

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Profil Informan.....	112
Tabel 4. 2. Matrix Bentuk Eksistensi	120
Tabel 4.3. Matrix Eksistensi Diri Berdasar Interaksi dari Terpaan Media	141
Tabel 4.4. Matrix Hasil Penelitian.....	151

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah merubah dunia. Setiap lapisan masyarakat telah dipengaruhi oleh teknologi karena perkembangannya yang begitu cepat. Beberapa dekade lalu, televisi menjadi teknologi yang paling menarik, dan mengubah masyarakat dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Hari ini, kami melihat transformasi serupa melalui internet dan kebangkitan media sosial. Faktanya, media sosial siap mengubah masyarakat dengan cara yang bahkan lebih mendasar. Media sosial hadir sebagai bagian dari perkembangan teknologi internet, dimana orang-orang dapat saling bertukar pesan, dan melakukan aktivitas komunikasi lainnya. (Heggde dan Shainesh. 2018)

Munculnya internet telah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat dunia saat ini. Pada tahun 2011 detik.com (edisi 6 juni 2011) menuliskan bahwa PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) bahkan mendeklarasikan bahwa akses internet adalah Hak Asasi Manusia. Negara didunia pun diharapkan agar tidak membuat aturan hukum yang memungkinkan pemutusan akses internet bagi masyarakat. Frank La Rue seorang pejabat *United Nation Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression* mengatakan

bahwa “Akses universal pada internet harus menjadi prioritas bagi semua negara”.

Berdasarkan data hasil survei tahun 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa terdapat 171,17 juta pengguna internet dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta. Jumlah ini sama dengan 64,8% penduduk Indonesia telah melakukan penetrasi penggunaan internet. Persentase pertumbuhan pengguna internet tahun 2018 meningkat 10,12% dari tahun 2017 yakni sekitar 143,26 juta pengguna internet.

Salah satu pertanyaan dalam survei penetrasi pengguna internet yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2018 ini adalah alasan utama menggunakan internet. Hasil survei tersebut menyatakan bahwa dari 171,17 juta pengguna internet di Indonesia, ada sekitar 24,7% menggunakan internet untuk berkomunikasi lewat pesan (chat masenger), 18,9% menggunakannya untuk mengakses media sosial, lalu sekitar 11,5% menggunakan internet untuk mencari informasi terkait pekerjaan.

Berdasarkan data laporan terbaru riset tahunan Digital 2019 yang dihimpun oleh Hootsuite dan We Are Social perusahaan media sosial, terungkap bahwa dari total 268,2 juta penduduk di Indonesia, 150 juta diantaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 56% dari penduduk di Indonesia.

Data diatas dapat menjadi acuan bahwa aktivitas penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial menjadi hal yang saat ini populer dimasyarakat. Dengan jumlah sebanyak itu, secara sederhana dapat dikatakan bahwa siapa pun yang memiliki gadget atau teknologi komunikasi akan dapat dengan mudah berinteraksi, menuangkan gagasan, mereduksi gagasan, dan menyebarkannya diruang public dunia maya (ruang siber) hanya dengan sentuhan jari. Hal inilah yang kemudian memicu munculnya sebuah intraksi yang di lakukan oleh beberpa kalangan dalam mengkostruksi diri mereka pada ruang siber atau media sosial.

Sulawesi Selatan sebagai provinsi terbesar yang ada di Indonesia bagian timur tercatat memiliki pengguna internet sebanyak 6.333.290 jumlah ini berasal dari persentase 3,7% dari 171.170 juta pengguna internet diseluruh Indonesia, data ini berdasarkan data hasil survei tahun 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Maraknya melibatkan anak pada usia dini didunia maya khususnya media sosial menjadi fenomena yang patut mendapatkan perhatian khusus tidak hanya dari masyarakat umum, tetapi juga dari pihak pemerhati anak terutama para aparaturnegara yang memiliki tugas pokok dan bertanggung jawab atas terwujudnya perlindungan dan hak anak. Untuk itu, ditengah arus informasi yang begitu melimpah di media sosial, sebagai pengguna media social diharapkan masyarakat agar lebih bijak dalam melibatkan anak pada sebuah konten media sosial.

Anak usia dini adalah anak yang masa perkembangannya harus distimulasi. Dalam perkembangannya terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan sejak dini, salah satunya yaitu aspek perkembangan sosial emosional. Aspek sosial emosional ini juga erat kaitannya dengan perkembangan fisik, kognitif, bahasa, kreatifitas dan seni serta perkembangan moral dan agama. Pola asuh orang tua sangat berperan penting dalam tumbuh kembang anak.

Pola asuh terdiri dari dua kata yaitu pola dan asuh. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:1088) bahwa “pola adalah model, sistem, atau cara kerja”, sedang “asuh adalah menjaga, merawat, mendidik, membimbing, membantu, melatih dan sebagainya” Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:96). Nasution dan Nurhalijah (1986:1) mengemukakan bahwa orang tua adalah setiap orang yang bertanggung jawab dalam suatu keluarga atau tugas rumah tangga yang dalam kehidupan sehari-hari disebut sebagai bapak dan ibu. Lebih lanjut Gunarsa (2000:44) memberikan pengertian pola asuh tidak lain merupakan metode atau cara yang dipilih pendidik dalam mendidik anak-anaknya yang meliputi bagaimana pendidik memperlakukan anak didiknya. Jadi yang dimaksud pendidik adalah orang tua terutama ayah dan ibu atau wali.

Casmini (dalam Palupi, 2007:3) menyebutkan bahwa pola asuh sendiri memiliki defenisi bagaimana orang tua memperlakukan anak, mendidik,

membimbing, dan mendisiplinkan serta melindungi anak dalam mencapai proses pendewasaan, hingga kepada upaya pembentukan norma-norma yang diharapkan oleh masyarakat pada umumnya.

Dari berbagai macam pola asuh yang dikemukakan di atas, pada dasarnya terdapat tiga pola asuh orang tua yang sering diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan beberapa penjelasan yang dikemukakan oleh beberapa ahli, salah satunya menurut Hurlock. Pola asuh menurut Harlock yaitu pola asuh otoriter, pola asuh demokratis dan pola asuh permisif.

Menurut CNN Indonesia pengguna Instagram pada bulan September 2015 mencapai 400 juta orang pengguna, pihak Instagram menyatakan ada sebanyak 95 juta foto dan video yang dipublikasikan ke Instagram setiap hari dengan 4,2 miliar like perharinya. Sementara data pada tahun 2016 menyebutkan bahwa Instagram memiliki 500 juta pengguna setiap bulannya, dimana 300 juta merupakan pengguna aktif setiap hari.

Fenomena Instagram kini telah menjadi trend di kalangan masyarakat luas, tidak dapat dipungkiri Instagram menjadi aplikasi yang paling sering di akses pada saat ini. Tidak hanya Instagram, media sosial yang juga menjadi wadah untuk tindakan eksploitasi saat ini adalah youtube. Dilihat dari fenomena yang terjadi saat ini, banyak anak usia dini yang dijadikan orang tuanya sebagai *selebgram* ataupun *youtuber*, seperti anak selebritis internasional maupun lokal. Selain itu kasus serupa juga pernah

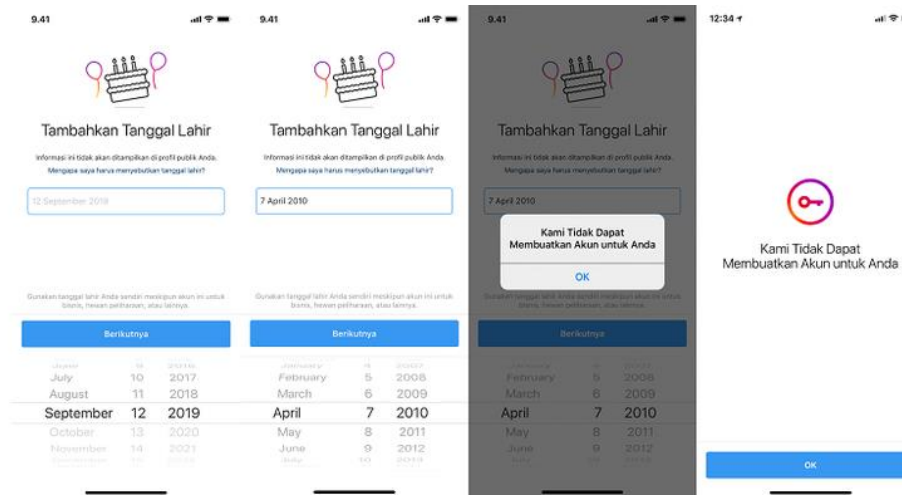
dikemukakan oleh peneliti Fitri pada tahun 2017 dimana berdasarkan penelitiannya di Sekolah Dasar Negeri Tugu 3 Gunung Jawa Cihideung Tasikmalaya diperoleh hasil bahwa media sosial media berdampak negatif dalam pergaulan anak seperti anak menjadi anti sosial yaitu tidak mau sering berinteraksi dengan teman real secara nyata karena sudah nyaman dengan dunia maya.

Berkembangnya teknologi saat ini memang cukup memudahkan banyak orang. Bahkan, tak sedikit pula masyarakat yang memanfaatkan perkembangan teknologi seperti media sosial untuk berbagai kepentingan. Mulai dari promosi sebuah produk hingga untuk mengunggah kegiatan harian. Tak terkecuali para anak artis. Apalagi media sosial bagi para artis bisa dimanfaatkan sebagai salah satu alat untuk berinteraksi dengan para penggemar. Jadi tak heran jika anak artis sudah mulai dibuatkan akun *Instagram* sejak lahir.

Akun *Instagram* yang dimiliki oleh para anak artis ini tidak kalah eksis dengan orang tua mereka, malah dengan adanya akun anak artis ini membuat orang tua mereka semakin eksis. Akun *Instagram* mereka rata-rata memiliki pengikut dari ratusan ribu hingga jutaan followers. Para netizen pun cenderung ingin melihat bagaimana tingkah laku lucu nan menggemaskan dari anak artis ini melalui akun instagram pribadi sang anak. Fenomena ini yang kemudian mewabah dikalangan penggemar, kemudian banyak diikuti oleh ibu-ibu muda atau ibu milenial dewasa ini.

Instagram akhirnya mengumumkan aturan baru per tanggal 5 Desember 2019 bagi calon pengguna yang akan membuat akun *instagram*. Aturan baru tersebut adalah *instagram* akan meminta informasi tanggal lahir calon penggunanya. Usia yang diperbolehkan bila ingin mendaftar *instagram* adalah minimal 13 tahun keatas di sebagian besar negara termasuk Indonesia. Menurut *instagram* aturan ini dibuat untuk mencegah pengguna yang belum cukup umur memiliki akun *instagram*.

Aturan ini juga menyesuaikan undang-undang perlindungan data yang berlaku di Eropa dan Amerika Serikat. Negara tersebut diketahui sangat ketat dengan penggunaan data digital, terutama perlindungan data anak-anak. Mengetahui usia pengguna sangat penting bagi aplikasi media sosial *instagram*, karena tidak hanya untuk menciptakan pengalaman yang sesuai umur tapi juga menyesuaikan aturan lama untuk tidak mengizinkan akses ke pengguna di bawah umur. Setelah perubahan ini, pengguna yang tidak memenuhi kriteria usia akan langsung gagal membuat akun *instagram*. Seperti inilah pembuatan akun *instagram* yang gagal bila tidak memenuhi kriteria umur :



Gambar 1.1 Pembuatan akun *Instagram* yang gagal
Sumber: (Kompas.com,2019)

Aktivitas daring yang dilakukan oleh khalayak diseluruh penjuru dunia terbilang masif dan intensif. Ada banyak motif dan tujuan yang mendasari khalayak dalam penggunaan media sosial yang relatif menyita perhatian para akademisi dan peneliti, yaitu swafoto (selfie), cyberwar, belanja daring, personalisasi diri pengguna, dan budaya share tentunya hal tersebut didasari oleh berbagai tujuan baik positif maupun negatif. Salah satunya adalah untuk menunjukkan eksistensi diri seseorang.

Eksistensi diri sekarang ini menjadi *concern* banyak orang/masyarakat luas. Kenapa? Tidak lain karena perkembangan zaman yang pada akhirnya membuat kita harus beradaptasi dan menjadikan perhatian kita sangat terpusat pada hal ini, maka kita sebut dengan fenomena. Karena seringkali dilakukan oleh banyak orang dan dapat kita saksikan sendiri. Eksistensi ini sendiri memiliki arti 'keberadaan' menurut

KBBI. Sedangkan eksistensi diri ini kurang lebih mengartikan keberadaan diri kita atau kalau menurut peneliti sekarang ini lebih dikenal dengan pengakuan/merasa diakui, terkenal dan keren.

Fenomena ini terjadi karena banyaknya pelaku dan pelaku tersebut sendiri adalah generasi muda. Generasi muda adalah generasi yang sedang mencari jati diri dan juga butuh pengakuan diri. Generasi muda sekarang sudah banyak yang berkeluarga dan menjadi ibu-ibu muda pada usianya dimana mereka dijuluki sebagai "Ibu Milenial". Tidak heran jika mereka cenderung ingin mencoba semua hal dan juga sangat *exited* terhadap hal baru dan dengan melibatkan anak-anak mereka. Ibu muda saat ini adalah generasi milenial/generasi Y dimana tahun kelahirannya dimulai dari 1981 hingga awal tahun 2000an. (pewresearch.org)

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dengan pelibatan anak usia dini di media sosial, penulis ingin melakukan study kasus untuk melihat bagaimana eksistensi diri orang tua dengan melibatkan anak usia dini di media sosial khususnya *Instagram* dengan judul penelitian "**Studi Kasus Eksistensi Diri Orang Tua Dalam Pelibatan Anak Usia Dini Di Instagram**".

B. Rumusan Masalah

Melibatkan anak di media sosial di daerah Sulawesi Selatan terkhusus Makassar perlu disikapi serius oleh pihak terkait, sebab mengingat hal ini akan berpengaruh pada tumbuh kembang kepribadian anak yang berkaitan

penyebaran konten yang melibatkan anak usia dini ini. Untuk itu penelitian ini hadir untuk menjawab pertanyaan mengenai permasalahan ini:

1. Bagaimana eksistensi diri orang tua di media instagram dengan melibatkan anak usia dini?
2. Bagaimana faktor pendorong dan penghambat eksistensi diri orang tua dengan melibatkan anak di media instagram ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian rumusan masalah yang telah di kemukakan, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui bagaimana eksistensi diri orang tua dengan melibatkan anak usia dini di media Instagram.
2. Untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat eksistensi diri orang tua dengan melibatkan anak di media instagram.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dalam penulisan karya ilmiah ini bermanfaat untuk :

1. Secara Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang studi Ilmu Komunikasi. Terutama dalam kajian Media Sosial, spesialisasi pemanfaatan media sosial terhadap suatu

permasalahan di masyarakat terkait dengan eksistensi diri di media sosial.

- b. Hasilpenelitain ini bisa menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai pemanfaatan media sosial.

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting khususnya bagi lembaga yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai suatu lembaga.

BAB II

TINJAUN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Interaksi Komunikasi

Menurut Herbert Mead, setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan dilakukan lewat komunikasi. Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Komunikasi bahkan telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama.

Komunikasi secara sederhana dapat tercapai apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Dalam proses komunikasi ini biasanya berbentuk bahasa, gerakan-gerakan yang memiliki makna khusus dan aba-aba. Sedangkan komunikasi dalam proses sekunder berlangsung dengan bantuan mekanisme yang dapat melipat gandakan jumlah penerima pesan atau ditunjukkan untuk mengatasi berbagai macam hambatan fisik/keadaan/jasadiyah yang akan menghalangi komunikasi primer.

The International Communication for The Study of Communication Problems mendefinisikan komunikasi sebagai proses dalam

mempertukarkan berita, data, pendapat, dan pesan antara perseorangan dan masyarakat. Berlo mendefinisikan komunikasi sebagai : *“today we might define communication simply by saying that it is the sharing of an orientation toward a set of informational signs”*. Dari apa yang dikemukakan oleh Schramn di atas dapat dikatakan bahwa hakikat komunikasi adalah penyampaian pesan dengan menggunakan lambang (simbol) tertentu, baik verbal maupun non verbal, dengan tujuan agar pesan tersebut dapat diterima oleh penerima (*audience*). Dengan demikian hakikat komunikasi adalah *“sharing”* yang artinya pesan yang disampaikan sumber dapat menjadi milik penerima, atau dalam dunia media sosial apapun yang di bagi oleh pengguna akan menjadi konsumsi publik *on line*.

Pola interaksi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup peserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Interaksi adalah salah satu bagian dari hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari (Effendy, 1986). Dari pengertian ini jelas bahwa interaksi melibatkan sejumlah orang dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, jadi yang terlibat dalam interaksi itu adalah manusia itu. Interaksi berawal dari gagasan yang ada pada seseorang, gagasan itu diolah menjadi pesan dan di kirimkan melalui media tertentu kepada orang lain sebagai penerima. Penerima pesan, dan sudah mengerti pesannya kepada pengirim pesan.

Dengan menerima tanggapan dari penerima pesan, pengirim pesan dapat menilai efektifitas pesan yang di kirimkannya. Berdasarkan tanggapan itu, pengirim dapat mengetahui apakah pesannya dimengerti dan sejauh mana pesannya dimengerti oleh orang yang dikirimi. Pola interaksi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautan unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Interaksi adalah salah satu bagian dari hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari, dari pengertian ini jelas bahwa interaksi melibatkan sejumlah orang dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, jadi yang terlibat dalam interaksi itu adalah manusia itu sendiri. Pola interaksi dibagi menjadi tiga yaitu, interaksi satu arah, interaksi dua arah dan interaksi multi arah.

a. Pola Interaksi Satu Arah

Komunikasi satu arah merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak saja, yaitu hanya dari pihak komunikator dengan tidak memberi kesempatan kepada komunikan untuk memberikan respon atau tanggapan. Contohnya: atasan sedang memberikan perintah kepada sekretarisnya, sebuah baliho iklan produk yang sedang dibaca seseorang di pinggir jalan, dan komandan perang memberikan perintah.

Keuntungan komunikasi satu arah :

- 1) Lebih cepat dan efisien
- 2) Dalam hal-hal tertentu dapat memberikan kepuasan kepada komunikator, karena pihak komunikan tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan respons atau tanggapan terhadap hal-hal yang disampaikan oleh komunikator
- 3) Dapat membawa wibawa komunikator (pimpinan), karena komunikan tidak dapat mengetahui secara langsung atau menilai kesalahan dan kelemahan komunikator.

Kelemahan Komunikasi satu arah :

- 1) Tidak memberikan kepuasan kepada komunikan, karena komunikan tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan respons atau tanggapan.
- 2) Memberikan kesan otoriter.
- 3) Dapat menimbulkan kesalahpahaman dan ketidakjelasan, sehingga muncul prasangka yang tidak baik.

b. Pola Interaksi Dua Arah atau timbal balik (*two way traffic communication*)

Komunikator dan komunikan menjadisaling tukar fungsi dalam menjalankan fungsinya, komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada

hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan tertentu melalui proses komunikasi tersebut. Prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung. Komunikasi yang terjadi ketika seseorang mengirim pesan, mengeluarkan ide, gagasan, pendapat kemudian penerima pesan (pendengar) menanggapi isi pesan atau komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang berlangsung antara dua pihak dan ada timbal balik baik dari komunikator maupun komunikan.

Komunikasi dua arah dapat terjadi secara vertical, horizontal, dan diagonal.

1) Komunikasi vertical adalah komunikasi yang alirannya berlangsung dari atas ke

bawah atau sebaliknya. Dalam suatu perusahaan, komunikasi

vertical yang terjadi adalah komunikasi yang berlangsung antara manajemen tingkat atas, menengah, hingga tingkat karyawan.

Contoh: Komunikasi berlangsung antara atas dan bawahnya di sebuah kantor.

2) Komunikasi horizontal yang berlangsung antara komunikator dengan

komunikannya yang mempunyai tingkat, kedudukan, dan wewenang yang

sama. Contohnya komunikasi antar karyawan yang satu dengan yang

satu level.

3) Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang berlangsung antar komunikator dengan komunikan yang tingkat, kedudukan, serta wewenangnya berbeda. Contohnya: komunikasi antara kepala bagian dengan kepala seksi.

Keuntungan komunikasi dua arah :

- 1) Adanya dialog antara komunikator dengan komunikan, sehingga menimbulkan kepuasan di antara kedua belah pihak.
- 2) Informasi yang diterima menjadi lebih jelas, lebih akurat dan lebih tepat, karena dapat diperoleh langsung penjelasannya.
- 3) Memunculkan rasa kekeluargaan, kekerabatan, dan iklim demokratis.
- 4) Menghindari kesalah pahaman

Kelemahan Komunikasi Dua Arah

- 1) Informasi yang disampaikan lebih lambat, sehingga kurang efisien
- 2) Keputusan tidak dapat diambil dengan cepat
- 3) Memberikan kesempatan kepada komunikan untuk bersikap menyerang, sehingga suasana kerja bisa menjadi kurang kondusif
- 4) Memberi kemungkinan timbulnya berbagai macam masalah yang tidak ada relevansinya dengan masalah yang sebenarnya

c. Pola Interaksi Multi Arah

Pola interaksi multi arah atau banyak arah yaitu komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Komunikasi kesegala arah merupakan komunikasi yang berlangsung dari beberapa komunikator dan komunikan yang saling berinteraksi yang tingkat, kedudukan serta wewenangnya berbeda-beda. Contohnya diskusi antar anggota rapat.

Keuntungan dan kelemahan komunikasi kesegala arah hampir sama dengan komunikasi dua arah, yang membedakannya adalah dalam komunikasi dua arah, komunikator dan komunikannya hanya dua orang, tetapi dalam komunikasi ke segala arah, komunikator dan komunikannya lebih dari dua orang.

2. Eksistensi Diri

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris "*Exist*" yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) eksistensi adalah kebebasan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan.

Sedangkan secara etimologi, eksistensialisme berasal dari kata eksistensi. Eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *excitence*, dari bahasa latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Dari kata *ex* berarti keluar dan *sistere* yang berarti muncul atau timbul. Secara terminologi yaitu, apa yang ada, apa yang memiliki aktualitas (ada), dan segala sesuatu (apa saja) yang didalam menekankan bahwa sesuatu itu ada. Berbeda dengan esensi yang menekankan kealpaan sesuatu (apa sebenarnya sesuatu itu dengan kodrat inherennya) Lorens (2005).

Dalam pandangan psikologis menurut Chaplin dalam bukunya Kamus Lengkap Psikologi (2000:177), eksistensial adalah sebuah pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahami arti kehidupannya sendiri. Sedang menurut Smit dalam bukunya *What Matters Most*: Hal-hal yang paling utama (2003:21) mengemukakan bahwa eksistensi diri merupakan kondisi dimana seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna dalam kehidupan. Makna merupakan sebuah kepenuhan atau eksistensi dari nilai-nilai batiniah yang paling utama dalam menjalani kehidupan. Adapun nilai-nilai batiniah yang dibicarakan adalah nilai-nilai mendasar seperti sikap menghormati manusia, sikap menghormati sesama

dan perlunya berkerja sama serta berkerja bersama secara harmonis demi kebaikan bersama.

Kierkegaard yang dikutip Save M. Dagun dalam bukunya Filsafat Eksistensialisme (1990:51) menegaskan bahwa eksistensi manusia berarti berani mengambil keputusan yang menentukan hidup. Jika kita tidak berani mengambil keputusan dan tidak berani berbuat maka kita tidak bereksistensi dalam arti sebenarnya dan ada juga yang tidak. Lebih lanjut Kierkegaard menekankan bahwa eksistensi manusia bukanlah “ada” yang statis, melainkan “ada” yang “menjadi”. Dalam arti terjadi perpindahan dari “kemungkinan” ke “kenyataan”. Dengan demikian eksistensi manusia adalah suatu eksistensi yang dipilih dalam kebebasan

Kebebasan manusia berarti manusia tidak menjadi objek yang dibentuk di bawah pengaruh keniscayaan alam dan sosial. Manusia membentuk dirinya dengan tindakan dan perbuatannya. Seseorang bebas mengambil tanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya, dan tidak membenarkan diri berdasarkan hal-hal sekitarnya.

Pengalaman individu, seperti membagikan foto dan video ke dalam sebuah media social *instagram*, perlu diperhatikan karena bisa mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi. Menurut Frankl dalam bukunya *Psychotherapy and Existentialism* dikutip oleh Schutz. Ada tiga faktor yang mempengaruhi

hakikat dari eksistensi manusia, yakni:

a. Spiritualitas

Menurut Frankl (dikutip Schutz, 1991:145), faktor spiritualitas tidak dapat direduksikan ataupun diterangkan dengan istilah-istilah material. Meskipun spiritualitas dapat dipengaruhi oleh dunia material, namun tidak disebabkan atau dihasilkan oleh dunia material itu.

b. Kebebasan

Kebebasan dalam menemukan arti merupakan sesuatu yang penting dalam menemukan eksistensi diri. Kebebasan ini mengandung arti bahwa individu tidak didikte oleh faktor-faktor non-spiritual atau kondisi-kondisi dari lingkungan. Individu memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana akan bertingkah laku jika ingin menjadisehat secara psikologis. Dengan demikian, individu yang tidak memiliki kebebasan akan menjadi neurotis dan hal tersebut akan menghambat pemenuhan potensi-potensi diri yang pada akhirnya mengganggu pencapaian eksistensi hidup.

c. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan pilihan atas konsekuensi yang harus individu hadapi. Untuk menggambarkan tanggung jawab individu, Frankl (dikutip Schutz, 1991:145) menggambarkan sebagai

berikut “hiduplah seolah-olahanda hidup untukkedua kalinya, dan bertindaklah untukpertamakalinya kira-kira demikiananda bertindaksekarang.(1991:145)

Lebih lanjut dijelaskantiap eksistensi memiliki ciri khas yang terdiri dari tiga bentuk eksistensi, yaitu:

- a. Eksistensi estetis menyangkut kesenian, keindahan. Manusia mempunyai minat besar terhadap hal-hal diluar dirinya. Manusia hidup dalam lingkungan dan masyarakat, karena itu fasilitas yang dimiliki dunia dapat dinikmati manusia sepuasnya. Eksistensi estetis hanya bergelut terhadap hal-hal yang dapat mendatangkan kenikmatan, pengalaman emosi dan nafsu. Eksistensi ini tidak ada batasnya dan kesenangan yang tidak terbatas pula.
- b. Eksistensi etis tumbuh untuk keseimbangan hidup. Manusia tidak hanya condong pada hal-hal yang kongkrit saja, tetapi lebih dari itu bahkan ini yang lebih penting yakni mempertahankan situasi batinnya. Perilaku manusia seharusnya lebih ditentukan oleh batiniah yang sesuai dengan norma-norma.
- c. Eksistensi religius, bentuk ini sudah tidak lagi membahas hal-hal yang kongkrit, tetapi sudah menembus inti yang paling dalam dari diri manusia. Bergerak pada yang absolut yaitu Tuhan. Perpindahan pemikiran logis manusia ke bentuk religius ini hanya

dijembatani lewat iman religius. Artinya pada awal mulanya mengakui semua banyak Tuhan, lalu kemudian mengakui Tuhan yang Esa.

Eksistensialisme menekankan dan selalu mendorong setiap individu untuk menjadi dirinya sendiri. Terdapat karakter menjadi manusia sesungguhnya dalam eksistensialisme yang terdiri dari tiga kriteria, yaitu:

1) Selalu Berawal dari dalam Dirinya Sendiri

Menjadi manusia harus berangkat dari kesadaran diri dan kebebasan dalam menentukan siapa dirinya dan akan menjadi apa dirinya. Manusia memiliki pilihan-pilihan bebas dan sadar atas penentuan dirinya sendiri. Eksistensi manusia merupakan fakta kehadiran dan partisipasi individual dalam suatu dunia yang berubah dan secara potensial mungkin berbahaya. Individu yang sadar diri dalam memahami eksistensinya sendiri berdasarkan pengalaman dirinya sendiri dan situasi yang dialami. Diri yang dia sadar merupakan suatu individu berfikir yang memiliki keyakinan, harapan, kekhawatiran, hasrat, kebutuhan untuk menemukan suatu tujuan, dan suatu kehendak yang bias menentukan tindakan-tindakannya sendiri. Menjadi diri dari dalam suatu indikasi adanya pengakuan manusia atas kebebasan dirinya sebagai individu yang memberikan penegasan dalam diri.

2) Menyadari Kebebasan dan Sekaligus Pertanggungjawaban

Bereksistensi dari dalam merupakan suatu kesadaran bahwa manusia ada yang sadar diri dan karenanya besab. Kebebasan dicirikan dengan nalar kritisnya yang muncul dari dalam dirinya sendiri. Resiko dari pilihan-pilihan bebasnya adalah menanggung akibat-akibatnya. Dengan kata lain, manusia yang sadar diri bukan berarti berbuat bebas tanpa batas atau semau dirinya sendiri tanpa pertanggungjawaban. Menjadi manusia otentik adalah menjadi diri yang berani memikul segala akibat yang ditimbulkan dari putusan-putusan yang dibuat oleh diri.

3) Menempatkan Diri Sebagai Aktor

Eksistensi atau pengakuan diri dengan demikian ialah suatu keadaan dimana seseorang ingin diakui dan dihargai oleh orang-orang disekelilingnya. Eksistensi diri dalam hal ini dapat diwujudkan dengan memanfaatkan media sosial agar menadapatkan pengakuan dir dari orang lain.

Pembentukan eksistensi diri bagi setiap individu pada dasarnya perlu memperkuat rasa percaya diri. Dengan percaya diri setiap orang mampu mengenal dan memahami diri sendiri. Percaya diri yaitu suatu sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan

ataupun dalam situasi yang dihadapinya. Percaya diri muncul dari konsep citra diri yang dimiliki oleh setiap orang. Teori kepribadian eksistensial mengungkapkkan bahwa setiap apa yang manusia membayangkan maka seperti itulah ia. Makanya percaya diri muncul dari bagaimana seseorang memandang dirinya.

Menurut Lauster, kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang berupa keyakinan akan kemampuan diri seorang sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, gembira, optimis, cukup toleran dan bertanggung jawa. Lauster kemudian menjabarkan aspek-aspek percaya diri dari penjelasan diatas:

- a) Keyakinan kemampuan diri merupakan sikap positif seseorang tentang dirinya. Mampu secara sungguh-sungguh akan apa yang dilakukan.
- b) Optimis merupakan sikap yang dimiliki seseorang yang selalu berpadangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri dan kemampuan diri.
- c) Objektif merupakan cara orang memandang permasalahan atau sesuatu sesuai dengan kebenaran yang semestinya, bukan menurut kebenaran pribadi atau menurut dirinya sendiri.

- d) Bertanggung jawab merupakan kesediaan seseorang untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensi.
- e) Rasional dan Realistis merupakan analisis terhadap suatu masalah, sesuatu hal dan suatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

Seseorang yang memiliki percaya diri memiliki beberapa ciri sebagai berikut:

- a) Tidak membutuhkan dukungan dari orang lain yang berlebihan dalam setiap mengambil keputusan atau mengerjakan tugas
- b) Bersifat optimis, tenang dan gembira
- c) Tidak ragu pada diri sendiri dan menghargai diri sendiri secara positif terutama saat menghadapi masalah
- d) Melakukan hal-hal produktif
- e) Memiliki dorongan prestasi yang kuat
- f) Berani menerima dan menghadapi penolakan orang lain
- g) Berani menjadi diri sendiri
- h) Punya pengendalian diri yang baik (emosi stabil)

- i) Memiliki *internal locus of control* (memandang keberhasilan atau kegagalan tergantung dari usaha sendiri dan tidak mudah menyerah pada nasib atau keadaan)
- j) Mempunyai cara pandang positif terhadap diri sendiri, orang lain dan situas diluar dirinya.

Selain kepercayaan diri pada individu, terdapat ciri-ciri bagi individu yang kurang percaya diri dalam mengekspresikan diri, ciri-cirinya adalah:

- a) Selalu ingin mendapatkan pengakuan dan penerimaan orang lain
- b) Menyimpan rasa takut atau kekhawatiran terhadap penolakan
- c) Sulit menerima realita diri (terlebih kurang diri) dan memandang rendah kemampuan diri
- d) Memasang harapan yang tidak realistis terhadap diri sendiri
- e) Pesimis, mudah menilai segala sesuatu dari sisi negatif
- f) Takut gagal sehingga menghindari segala resiko dan tidak berani memasang target untuk berhasil
- g) Cenderung menolak pujian yang ditujukan secara tulus
- h) Selalu menempatkan diri sebagai yang terakhir
- i) Mudah menyerah pada nasib, sangat bergantung pada keadaan dan pengakuan, penerimaan serta bantuan orang lain
- j) Memandang segala sesuatu dari satu sisi saja.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri pada setiap individu dalam menunjang terbentuknya kepercayaan diri, yaitu:

a) Lingkungan Keluarga

Keadaan keluarga merupakan lingkungan hidup yang pertama dan utama dalam kehidupan setiap manusia. Lingkungan keluarga sangat mempengaruhi pembentukan awal rasa kepercayaan diri pada seseorang. Rasa percaya diri baru bisa tumbuh dan berkembang baik sejak kecil, jika seseorang berada dalam lingkungan keluarga yang baik. Namun sebaliknya, jika lingkungan tidak memadai menjadikan individu tersebut untuk percaya diri maka individu tersebut akan kehilangan proses pembelajaran untuk percaya pada dirinya sendiri. Pendidikan keluarga merupakan pendidikan pertama dan utama yang sangat menentukan baik buruknya kepribadian seseorang.

b) Pendidikan Formal

Sekolah bisa dikatakan sebagai lingkungan kedua bagi anak, dimana sekolah merupakan lingkungan yang paling berperan bagi anak setelah lingkungan keluarga dirumah. Sekolah memberi ruang pada anak untuk mengekspresikan rasa percaya diri terhadap teman-teman sebayanya.

c) Pendidikan Non-Formal

Salah satu modal utama untuk bisa menjadi seseorang dengan kepribadian yang penuh rasa percaya diri adalah memiliki kelebihan tertentu yang berarti bagi diri sendiri dan orang lain. Rasa percaya diri akan menjadi lebih mantap jika seseorang memiliki sesuatu kelebihan yang membuat orang lain merasa kagum. Kemampuan atau keterampilan dalam bidang tertentu bisa didapatkan melalui pendidikan non-formal. Misalnya mengikuti berbagai kegiatan seperti kursus bahas asing, jurnalistik, bermain alat musik, seni vokal, keterampilan memasuki dunia kerja (BLK), pendidikan keagamaan dan lain sebagainya. Sebagai penunjang timbulnya rasa percaya diri pada individu yang menjadi modal untuk membentuk eksistensi diri.

Eksistensi menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi setiap individu, khususnya pengguna media sosial terkhusus Instagram. Eksistensi berkaitan dengan seseorang yang sangat konsisten dalam memanfaatkan Instagram. Semakin sering atau lama seseorang memanfaatkan media sisoal Instagram, itu menunjukkan keeksistensiannya dihadapan orang lain. Namun demikian tidak serta merta semua orang bis menunjukkan eksistensi dirinya di media

sosial. Karena eksistensi ini bukanlah pengakuan tentang keberadaanya oleh diri sendiri, tapi pengakuan keberadaanya di mata orang lain.

3. Konsep Media Baru (New Media)

Manusia adalah makhluk sosial, yang membutuhkan hubungan dengan orang lain dan tidak bisa hidup sendirian. Komunikasi merupakan suatu keterampilan yang harus dikembangkan oleh manusia untuk kelangsungan hidupnya, komunikasi ini dapat dilakukan melalui komunikasi verbal atau non verbal. Komunikasi ini sendiri digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktivitas hubungan antara manusia dan kelompok. Di era yang modern saat ini, kebutuhan akan informasi dan hampir semua masyarakat menggunakan media untuk saling mengirim dan menerima pesan baik audio bahkan berbentuk visual yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat. Menurut Cangara (2002:131) "media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan." Media yang paling dominan dalam komunikasi adalah panca indera manusia, seperti mata dan telinga. Selain panca indera manusia juga dapat menjadi media penyampaian pesan.

Media pada umumnya memiliki bentuk yang bermacam-macam, namun fungsi utamanya adalah memudahkan komunikasi baik secara verbal atau non-verbal. Rakhmat (2015:189) menyatakan bahwa "media yang dapat digunakan untuk komunikasi yakni surat kabar, majalah, radio, televisi dan

film". Akan tetapi, saat ini karena semakin hari perkembangan teknologi berkembang sangat pesat membuat banyak penemuan-- penemuan baru tentang media komunikasi. Zaman dahulu alat komunikasi yang digunakan adalah kentongan yang suaranya hanya mencakup satu desa dan surat yang sampai ketujuan bisa memakan waktu 1--2 minggu. dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini apabila kita ingin bertemu dengan teman yang jauh jaraknya kita dengan mudah menggunakan alat yang disebut *gadget*. *Gadget* juga tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain yang jaraknya jauh akan tetapi juga memiliki fitur--fitur yang lengkap sehingga dapat membantu aktivitas.

4. Media Baru (New Media)

Media baru berasal dari bahasa Inggris yaitu *New Media News me.di.a (noun) "means of mass communication using digital technologies such as the internet"* (adalah bagian dari komunikasi massa yang menggunakan teknologi digital seperti internet). Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terpaan yang semakin berkembang dan beragam (McQuail, 2011).

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik

sebagai penerima / pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan masyarakat “baru” melalui isi media (Liliweri, 2015). Termasuk di dalamnya web, blog, online social network, online forum dan lain-lain.

Adapun definisi Media Baru menurut Lev Manovich dalam 'The Media baru Reader' sebagai berikut (Liliweri, 2015):

- 1) Media Baru versus Cyberculture -- istilah media baru dan "siberkultur" sering dipakai secara bergantian. Media baru merupakan sebuah paradigma dan objek budaya (digital untuk televisi analog, iPhone), sedangkan siberkultur adalah beragam fenomena sosial yang berkaitan dengan jaringan komunikasi internet seperti blog, online multi--player game.
- 2) Media baru adalah media yang berbasis teknologi komputer sebagai platform distribusi informasi melalui situs Web, Komputer Multimedia, Blu--ray disk dan lain--lain.
- 3) Media baru merupakan media pertukaran data digital yang dikendalikan oleh software.
- 4) Media baru merupakan campuran antara konvensi budaya yang sudah ada dengan konvensi software. Kini media baru dapat dipahami sebagai campuran antara konvensi budaya yang lebih tua dan konvensi budaya baru dalam pengelolaan dan akses data yang semuanya diproses

melalui manipulasi. Jadi kata "lama" dalam "media lama" sebagai lawan dari "media baru" menggambarkan cara media atas data yang sekaligus merepresentasikan realitas visual dan pengalaman manusia, sedangkan kata "baru" menunjukkan bahwa data itu bersifat numerik.

- 5) Media baru adalah media yang menghasilkan estetika baru, karena media baru menyediakan strategi untuk meningkatkan kualitas estetika konten (bayangkan orang dapat memanipulasi foto dalam banyak versi dengan perangkat lunak Adobe Photoshop). Artinya media baru sangat bermanfaat untuk merekam momen penampilan realitas, dan sekaligus mengubah kualitas data dari rekaman tersebut.
- 6) Media baru sebagai pemercepat eksekusi algoritma artinya segala algoritma yang sebelumnya dilakukan secara manual atau teknologi lain seperti kalkulator maka kini eksekusi seperti itu harus berubah. Hadirnya komputer yang menyediakan perangkat lunak perhitungan (contoh Excel) maka orang dapat memperbesar kapasitas pemercepat berbagai jenis perhitungan, karena itu komputer digital modern dapat dipandang sebagai kalkulator cepat yang dapat dikontrol secara siberetik.

Pengembangan media baru membuat perubahan dalam proses produksi, distribusi dan penggunaan. Dari media konvensional yang menggunakan tekstual beralih ke media digital yang merubah budaya menjadi cyberculture, Budaya baru tercipta yang menggunakan media baru sebagai perwakilan penghubung dalam berkomunikasi dengan

menggunakan teknologi. Realitas komunikasi dengan bertatap muka telah mulai bergeser untuk berkomunikasi tidak perlu lagi bertemu melainkan dapat menggunakan medium baru yaitu teknologi istilah familiar sekarang sering disebut dunia maya yang membuat karakteristik dalam media baru.

a. Karakteristik media baru

As Rice dalam buku Dennis McQuail mengidentifikasi empat kategori utama media baru yang berbagi kesamaan dalam saluran tertentu dan dibedakan menurut jenis penggunaan, isi dan konteks, sebagai berikut:

- 1) Media komunikasi interpersonal. Telepon semakin go--mobile dan email (yang tujuanutamannya untuk bekerja, tetapi sekarang menjadi lebih pribadi). Secara umum, isinya lebih rahasia dan mudah rusak (misalnya terkena virus, dsb) dan hubungan yang dibangun mungkin lebih penting daripada informasi yang disampaikan.
- 2) Media permainan interaktif. Ini adalah video game komputer utama yang berbasis, dan ditambah perangkat virtual reality. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas antar pengguna/pemain. Dan mungkin saat komunikasi berlangsung proses' lebih cenderung mendominasi dari penggunaan medianya.
- 3) Media pencari informasi. Ini adalah kategori luas, tapi internet / www (World Wide Web) adalah contoh yang paling signifikan, internet dipandang sebagai perpustakaan dan sumber dari data belum pernah

terjadi sebelumnya, aktualitas dan kecepatan aksesnya menjadikan internet menjadi contoh utama. Selain *internet*, *telepon seluler(handphone)* juga banyak dipakai untuk saluran retrieval informasi, seperti siaran teleteks dan data radio layanan atau biasa disebut *General Package Radio Service (GPRS)*

- 4) Media partisipasi kolektif. Beberapa kategori yang termasuk dalam penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, ide, dan pengalaman. Biasanya pengguna media melalui media komputer berkembang aktif membina hubungan pribadi. Mulai dari hubungan yang sebatas karir, bisnis dan sebagainya sampai pada hubungan yang afektif dan emosional.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana--mana. Tidak heran jika Ward (1995) mengatakan bahwa media baru terkesan tanpa mediasi karena bisa digunakan secara langsung tanpa melalui organisasi media yang rumit seperti layaknya organisasi media lama atau tradisional. Sebagaimana dikatakan lebih jelas oleh McQuail dimana kebanyakan media baru ini memungkinkan pengambilan sekaligus pengiriman informasi sehingga implikasinya bisa beragam.

b. Perbedaan Media Baru

Perubahan jalur komunikasi telah berubah yang dulunya banyak keterbatasan oleh ruang dan waktu, sekarang secara masif informasi dapat tersalurkan dengan cepat dalam waktu yang sama tanpa adanya hambatan. Bukan hanya sebagai penerima informasi bahkan adanya kebebasan untuk menyebarkan juga, beragam informasi yang tersedia sehingga informasi yang diterima atau tidak serta--merta mempercayainya. Pola informasi berhubungan yang berubah antara pengirim dan penerima informasi, menuntut penerima informasi memelilah dengan cermat informasi yang diterima.

Perbedaan yang tampak antara media baru dan yang lama adalah dari segi penggunaan secara individual yaitu melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna dimana media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan dan menariknya media yang digunakan sesuai dengan keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru (McQuail, 2011).

Secara lebih tegas dikatakan oleh Ganley (dalam Ward, 1995) bahwa: "Media baru memungkinkan individu memainkan peranan yang lebih aktif sebagai warga negara sekaligus sebagai konsumen karena media baru

meningkatkan akses dari warga negara yang biasa menjadi lebih terinformasi secara politis yang memungkinkan peningkatan demokrasi. Meskipun begitu harus dilihat bahwa media baru tidak menutup kemungkinan adanya kesenjangan pengetahuan antara orang yang mempunyai informasi dengan yang tidak mempunyai informasi."

Menurut Poster (dalam McQuail, 2011) ada perbedaan media baru dari media lama: "Internet menggabungkan radio, film, dan televisi dan menyebarkannya melalui teknologi tekan' (*push*): media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan (1) memungkinkan terjadinya percakapan dengan antar banyak pihak, (2) memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek--objek budaya, (3) mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya, dari hubungan kewilayahan dari modernitas, (4) menyediakan kontak global secara instan, dan (5) memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan."

McQuail (2011) membuat karakteristik kunci untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif pengguna yaitu:

- 1) *Interaksi (interactivity):* sebagaimana ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap penawaran sumber atau pengirim.

- 2) Kehadiran sosial (sosiabilitas) (*social presence or sociability*): dialami oleh pengguna, berarti kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan oleh pengguna media.
- 3) Kekayaan media (media richness): jangkauan dimana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indera, dan lebih personal.
- 4) Otonomi (autonomy): derajat dimana seorang pengguna merasakan kendali atas konten dan penggunaan, mandiri dari sumber.
- 5) *Unsur bermain--main (playfulness): kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari fungsi dan alat.*
- 6) Privasi (privacy): berhubungan dengan kegunaan media dan atau konten tertentu.
- 7) *Personalisasi (personalization): derajat dimana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik.*

McQuail (2002) membuat perubahan komunikasi sehubungan dengan hadirnya media baru dalam skema di atas. Dari model di atas bisa terlihat jelas bahwa ketika pada model lama, sumber informasi sangat terbatas, maka pada model baru terdapat banyak sekali sumber informasi. Perubahan juga terlihat dari isi yang cenderung homogen pada model lama menjadi isi dan saluran yang sangat bervariasi dalam media baru. Sedangkan audience sendiri dilihat sebagai audiens yang terfragmentasi sekaligus bersifat sangat

aktif tak lagi bersifat pasif dan massal. Hal yang sama juga nampak pada respon maupun efek yang semula tidak terdiferensiasi beralih menjadi respon dan efek yang sangat bervariasi sekaligus tidak dapat diprediksikan dan salah satu media baru adalah sosial media.

c. Terpaan media

Terpaan media merupakan jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antar individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan terhadap penggunaan media baru baik berupa media audio, audio visual atau Arens dalam Kriyantono (2008:209), media exposure berkaitan dengan berapa banyak orang dalam melihat program yang ditayangkan oleh suatu media. Biasanya yang menjadi kendala dalam media exposure adalah hanya sejumlah orang yang melihat, mendengar dan membaca isi pesan yang ada program yang ditayangkan oleh media massa.

Terpaan media tidak lepas dari intensitas penggunaan Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu:

- a. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs

- b. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media social.

d. Kekerasan yang ada pada media

Studi yang dilakukan Charter dan Weaver (2003) mengemukakan empat karakteristik kekerasan yang terjadi di media. (1) *unpunished violence* atau kekerasan yang tidak mendapatkan ganjaran. Hasil studi yang dilakukan Carter dan Weaver yang dipublikasikan dalam “*Violence and Media*” ditemukan bahwa tanpa adanya visualisasi kekerasan tanpa adanya hukuman yang jelas, kejadian yang serupa di media kita, seperti tayangan mengenai kekerasan geng motor yang berulang diberitakan membuat publik beranggapan tidak adanya penindakan oleh pihak yang berwenang, apabila publik yang menonton masih muda baik dari segi usia dan segi emosi. (2) *painless violence*, kategori ini menunjukkan bahwa media dalam berbagai kesempatan sering sekali tidak menunjukkan bahwa seseorang adalah korban dari tindak kekerasan.

Film laga menjadi contoh mudah untuk menunjukkan hal tersebut. Lihat acara gulat produk Amerika yang pernah ditayangkan di Indonesia. Acara tersebut langsung maupun tidak langsung menunjukkan

bahwa kekerasan akan mendapatkan sambutan penonton yang luar biasa. (3) *happy violence* atau kekerasan yang menyenangkan dan bisa menjadi bahan kelucuan. Carter dan Weaver menunjukkan jenis kekerasan ini banyak terdapat dalam film-film kartun yang dikonsumsi oleh anak-anak. Kartun selalu membuat anak-anak tertawa dan malah menghibur dengan berbagai kekerasan di dalamnya.

Lihatlah bagaimana si kucing Tom dan si tikus Jerry yang selalu berseteru dengan tindak kekerasan demi kekerasan, namun selalu dimaknai sebagai sebagai kelucuan yang wajar dikonsumsi anak-anak. (4) *heroic violence* atau kekerasan yang heroik. Bayangkan, setiap film laga sang tokoh utama selalu orang yang merasa kesakitan meski sudah jatuh kejurang, melompat dari lantai hotel, atau bahkan tubuhnya sudah terkena peluru. Carter dan Weaver bahkan menengarai ada sekitar 40 persen dari seluruh tayangan kekerasan di televisi Amerika mewacanakan bahwa kekerasan merupakan satu-satunya cara untuk menyelesaikan masalah. Bahwa seorang pahlawan atau "*good guy*" selalu dibenarkan untuk menggunakan kekerasan ketika menumpas kejahatan. (Carter dan Weaver, Dalam Nasrullah, 2012;;34)

Karakteristik kekerasan hasil studi Carter dan Weaver dapat disimpulkan, pola tayangan yang disajikan hanya untuk mendapatkan keuntungan tanpa mementingkan penonton tayangan tersebut secara

langsung mendapatkan pengaruh akan media saja. Coba dibayangkan, apabila anak--anak yang secara usia dan tingkat emosional yang belum bisa mengontrol tayangan tersebut hanya bisa menjadi pengaruh yang kurang baik. Pola tontonan anak--anak hanya dapat melihat dan secara tidak langsung mempraktekkan dari tayangan yang mereka tonton atau aksi akan reaksi mereka belum melibatkan emosional yang matang, oleh karena itu peran orang tua dalam mengawasi tontonan anak – anak mereka sangat dibutuhkan terlebih lagi dengan adanya gadget yang lebih memudahkan dalam pengaksesannya.

5. Gadget

Teknologi saat ini berkembang begitu pesat sehingga memunculkan banyak perangkat baru yang dibuat untuk mempermudah manusia dalam mengerjakan kegiatan sehari--hari. Dulu untuk mendengarkan musik atau berita melalui radio, surat kabar atau televisi. Hal yang ingin dilihat ataupun didengar tidak dapat dipilih sesuai dengan keinginan. Setiap bahasan yang ada dirangkum sesuai dengan jadwal yang telah dibuat lembaga radio, surat kabar atau televisi. Saat ini semua orang dapat mudah mengakses berita, menonton film atau mendengarkan musik melalui satu perangkat kecil yang mudah dibawa kemana saja yang biasa disebut dengan *gadget*.

Gadget merupakan sebuah inovasi dari teknologi saat ini yang memiliki kemampuan yang lebih baik dan fitur terbaru yang memiliki tujuan maupun

fungsi yang lebih praktis dan lebih berguna. Menurut Lewis (dalam Sutrisno J. 2012) "*gadget* adalah instrumen elektronik yang memiliki tujuan dan fungsi praktis tertentu yang sangat membantu dan mempermudah pekerjaan manusia." Perbedaannya *gadget* dengan teknologi yang lainnya adalah unsur kebaruan yang memiliki ukuran lebih kecil.

Perkembangan teknologi saat ini sangatlah luar biasa. Hampir setiap harinya ada sesuatu hal yang baru dirilis dengan manfaat dan kinerja yang semakin baik. Dalam hal ini, *gadget* juga merupakan suatu alat yang kebaruannya dalam segi bentuk maupun program sangat ditunggu-tunggu oleh semua manusia saat ini. Karena hampir semua manusia saat ini menganggap *gadget* sebagai suatu hal yang harus ada dimanapun ia berada. Menurut Sagara (2013) ada beberapa macam-macam *gadget*, yakni "*handphone*, laptop, *tablet*, kamera digital, pemutar *media player*".

Kehadiran *gadget* membuat gebrakan terbesar dalam sebuah media komunikasi dimana setiap orang dapat mengaksesnya, berkembangannya teknologiyang kian pesat menggeserkan yang pada mulanya era analog dimana media massa menjadi primadona di antara berbagai media penyampai pesan lainnya. Pada sekarang ini era di digital di mulai di tandai dengan munculnya internet sebagai penopang dalam media komunikasi.

6. Internet

Berdasarkan pendapat Supriyanto (2008:60), Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking*. Internet berasal dari bahasa latin “*inter*” yang berarti antara. Secara kata perkata internet berarti jaringan antara atau penghubung, sehingga kesimpulan dari definisi internet adalah merupakan hubungan antara berbagai jenis internet dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan internet standar dalam berkomunikasi yaitu internet TCP/IP (*Transmission Control/Internet Protocol*).

Keberadaan internet sebagai pertanda sebuah kemajuan teknologi komunikasi yang melahirkan berbagai *platform* media komunikasi, dimana era globalisasi pada sekarang ini menjadikan internet sebagai sumber utama dari informasi (*Media Daring*) tanpa ada batasan. Perkembangan yang kian cepat menjadikan sebuah fenomena baru arus informasi dengan mudah diakses semua akibat dari kehadiran internet sebagai media komunikasi, dari berbagai macam informasi yang dapat diterima menuntut pertanggung jawaban untuk mencari informasi yang betul-betul valid.

Setiap orang bukan hanya mencari informasi, akan tetapi juga dapat menyebarkan informasi tersebut dengan memanfaatkan internet. Pola komunikasi berubah secara drastis tidak terdapat lagi kendala untuk berkomunikasi jarak jauh, setiap orang sudah menggunakan internet sebagai

media untuk berkomunikasi, biasa juga disebut dengan nama komunikasi online atau komunikasi *daring*. Jenis-jenis media *daring* sebagai alat komunikasi memiliki berbagai metode yang dapat digunakan seperti jejaring sosial, pesan instan, surat elektronik, video call. Semuanya dapat terhubung dan sangat mudah di akses menggunakan perangkat berbasis elektronik atau akrab disebut gadget yang bersifat fleksibel, privat serta interaktif. Hal inilah yang menjadi awal mula munculnya media baru (*New Media*).

7. Instagram

Mike Krieger dan Kevin Systrom adalah penemu Instagram. Instagram berevolusi dari sebuah aplikasi untuk *iPhone* yang dikenal sebagai *Burbn*. Aplikasi *Burbn* sedikit lebih rumit pada awalnya. Namun, Krieger dan Systrom akhirnya berhasil masuk ke konsep yang lebih sederhana dan memutuskan untuk membuat Instagram. Awalnya, *Burbn* bisa digunakan untuk *check in*, membuat rencana masa depan dan mendapatkan poin dalam melakukan hal tertentu. Namun, mereka kemudian memutuskan untuk menghapus fitur yang tidak penting dan fokus pada satu hal yang lebih spesifik. Mereka fokus untuk membuat aplikasi *mobile* fotografi. Mengingat hal tersebut mirip dengan telegram instan, mereka kemudian menamainya sebagai *instagram*. (Holmes, 2015:10)

Instagram merupakan salah satu aplikasi atau fitur unggulan yang ada di *smartphone* yang memudahkan para pengguna untuk berbagi foto. Seperti yang dikemukakan Nisrina (2015:137) dalam Monanda (2017), *instagram* adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video yang awalnya hanya dapat diunduh melalui *smartphone*, namun sekarang juga sudah dapat digunakan melalui komputer atau laptop. *Instagram* semakin berkembang dengan melihat potensi yang ada pada saat ini. *Instagram* juga memiliki beberapa fitur yang sangat mudah untuk digunakan.

a) Fitur *Instagram*

Menurut Fitria (2015), *instagram* memang digunakan sebagai aplikasi berbagi foto, fitur-fitur yang tersedia di *instagram* akan mendukung gambar produk yang di upload didalamnya terlihat menarik dan sederhana. Selain itu, *instagram* kebanyakan menggunakan *hashtags* (#). Oleh karena itu, sangat disarankan untuk menggunakan *hashtags* (#) agar memudahkan dalam menemukan sebuah akun atau peristiwa di *instagram*.

Berbeda dengan media sosial lainnya, Instagram menitik beratkan pada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan yang membuat *instagram* satu ini berbeda dengan media sosial pada umumnya. Apalagi Instagram seringkali memperbaharui sistemnya. Sejak kemunculannya ditahun 2010, Instagram sering memperbaharui fitur yang

ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Berikut fitur-fitur yang ada di Instagram pada saat ini, yaitu:

a. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)

Sistem sosial didalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, demikian pula sebaliknya dengan memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka, juga mengomentari foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Untuk menemukan teman-teman di *Instagram*, dapat juga menggunakan link yang dihubungkan dengan akun media sosial lainnya, seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Whatsapp*.

b. Mengunggah Foto/Video dengan *Caption* (Posting)

Kegunaan utama *instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah berbagai foto atau video kepada pengguna lainnya. Di *instagram*, pengguna hanya dapat berbagi maksimal 10 file foto atau video dalam sekali unggahan. Untuk video sendiri dapat diunggah dengan batas waktu maksimal 1 menit. Sebelum mengunggah foto atau video, para pengguna juga dapat memasukkan judul atau keterangan mengenai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai

tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

c. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan. Penggunaan kamera melalui *Instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.

d. Efek (*Filter*)

Pada versi awalnya, *Instagram* memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Di dalam pengaplikasian efek, pengguna juga dapat sekaligus menyunting foto seperti mengatur kecerahan, kontras, warna, dan lain sebagainya.

e. Arroba

Seperti *Twitter* dan juga *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun *Instagram* dari pengguna lain yang ingin disebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam keterangan foto, melainkan juga pada komentar foto. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna lainnya, yang

dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disebut tersebut.

f. Label Foto (*Hashtag*)

Sebuah label di dalam *Instagram* adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Dengan demikian para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan nama sendiri, tempat di mana mengambil foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan foto/video tersebut mengikuti lomba atau untuk menandakan bahwa foto/video tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas *Instagram*. Foto yang telah diunggah, dapat dimasukkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto/video.

g. Geotagging

Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka. Dengan demikian *Instagram* dapat mendeteksi lokasi di mana para pengguna *Instagram* tersebut berada ketika mengambil foto/video yang diunggah.

h. Jejaring Sosial

Dalam membagi foto/video, para pengguna tidak hanya dapat membaginya dalam *Instagram* saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Whatsapp* dengan cara menghubungkan link akun *Instagram* dengan akun media sosial lainnya.

i. Tanda Suka

Instagram juga memiliki fitur tanda suka yang mana fungsinya sama seperti apa yang ada di *Facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna.

j. *Instastory*

Instastory merupakan singkatan dari *Instagram stories*. *Instastory* ini adalah salah satu fitur *Instagram* yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelah dibagikan. Didalam fitur *Instastory* terdapat juga efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya.

k. Arsip Foto

Fitur ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti album pribadi. Jadi, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa dilihat oleh pengguna tersebut.

l. *Closefriend*

Fitur ini dapat digunakan oleh pengguna untuk membagikan foto atau video yang hanya bisa diakses oleh pengguna lain yang telah dipilih sebagai “*CloseFriend*”.

m. Siaran Langsung

Fitur ini memungkinkan pengguna dalam sebuah akun untuk melakukan siaran video secara langsung tanpa batas waktu yang akan dinikmati oleh pengikutnya.

n. IG TV

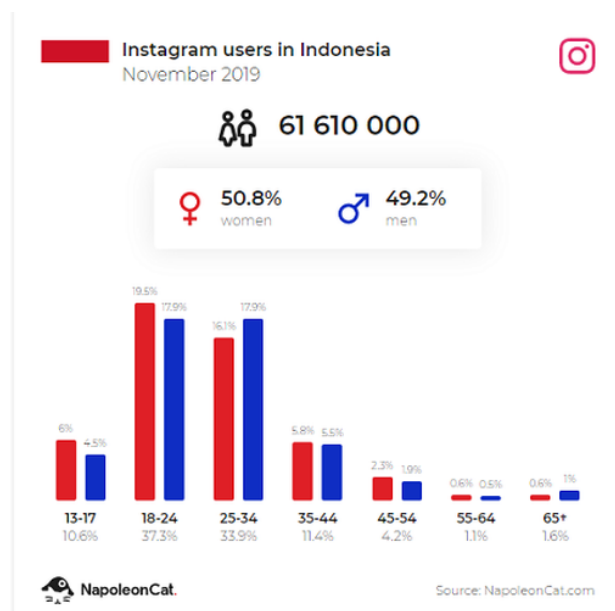
Fungsi dari fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah video lebih dari 1 menit, namun tidak tersimpan dalam *feed* profil unggahan.

Berdasarkan fitur-fitur diatas, *Instagram* juga dapat dijadikan sebagai pengganti dari album foto dan video. Setiap postingan di *Instagram* tidak terbatas waktu, maksudnya adalah kita tetap bisa melihat foto atau video yang sudah diposting sebelumnya walaupun itu sudah dalam jangka waktu yang cukup lama. Fitur-fitur yang dimiliki oleh *instagram* dianggap dapat membantu dan membudahkan pemilik akun untuk membagi apapun di *instagram*.

Hingga November 2019, jumlah pengguna aktif bulanan *Instagram* di Indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000. Setidaknya demikian menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, salah satu perusahaan analisis

Sosial media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia. Pengguna Instagram dengan gender perempuan paling dominan di Indonesia. Tercatat jumlahnya mencapai 50,8%, unggul tipis dari pengguna bergender pria yang mencapai 49,2%.

Pengguna berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia, dengan total presentase 37,3 % atau sekitar 23 juta pengguna. Dalam rentang usia tersebut, pengguna instagram perempuan masih dominan dengan presentase 19,5% dibanding laki-laki dengan presentase 17,9%. Pengguna terbesar kedua berada di kelompok usia 25-34 dengan presentasae 33,9%. Kategori usia pengguna paling rendah adalah 65 tahun ke atas yang hanya sebesar 1,6%.



Gambar 2.1. Data Pengguna *Instagram*
Sumber: (NapoleonCat,2019)

8. Pengaruh teknologi terhadap tumbuh kembang anak usia dini

a. Pengertian anak usia dini

Anak usia prasekolah adalah masa keemasan (golden age) yang mempunyai arti penting dan berharga karena masa ini merupakan pondasi bagi masa mendatang. Fase dimana perkembangan baik di antaranya perkembangan fisik, perkembangan intelektual, perkembangan emosional, perkembangan bahasa, perkembangan sosial, perkembangan bermain, perkembangan moral, dan perkembangan kesadaran beragama. fase ini merupakan dasar ketika anak mulai menyadari dirinya sebagai pria atau wanita, serta masa ini anak memiliki kebebasan berekspresi tanpa adanya aturan yang membatasi mereka. Menurut Biechler dan Snowman (dalam Patmonodewo, 2003 : 16), anak prasekolah adalah mereka yang berusia 4-6 tahun. Anak prasekolah adalah pribadi yang mempunyai berbagai macam potensi. Potensi--potensi itu dirangsang dan dikembangkan agar pribadi anak tersebut berkembang secara optimal. Tertunda atau terhambatnya pengembangan potensi-- potensi itu akan mengakibatkan timbulnya masalah. Taman kanak-- kanan adalah salah satu bentuk pendidikan

prasekolah yang menyediakan program pendidikan dini bagi anak usia 4 tahun sampai memasuki pendidikan dasar. (Supartini, 2004:34).

Gadget merupakan suatu alat yang kini sudah tidak asing lagi bagisemua orang dewasa bahkan saat ini banyak anak--anak yang sudah memiliki *gadget* sendiri, penggunaannya terlebih bagi anak sebagai alat atau media dalam membantu dalam proses belajar dan hiburan saja untuk anak usia dini yang harus disertai pengawasan oleh orang tua. Sebagian besar anak-anak saat ini menggunakan *gadget* untuk bermain *game*, menonton video dan mengakses internet.

Aplikasi berbentuk (video sharing) perlu ada pengawasan terlebih untuk media yang paling populer diakses adalah youtube. Aplikasi yang menarik dan juga berbagai macam pengetahuan yang dapat diakses dengan mudah sangatlah digemari, tentunya oleh anak--anak. Gambar yang berwarna-warni dengan iringan musik dan sebagainya membuat anak--anak tidak dapat lepas dari youtube. Seperti pemaparan dari sebuah hasil studi yang dilakukan oleh KOMINFO yang menemukan bahwa 98% anak tahu tentang internet dan 79,5% adalah pengguna internet.

Bukan hanya itu games tertentu juga dapat memberikan contoh yang kurang baik pada anak seperti kekerasan, keresahan bahkan membuat anak depresi akibat kalah bermain. Penggunaan gadget Sebenarnya sangat boleh saja diberikan pada anak tetapi harus ada aturan dan batasan--batasan tertentu harus dibuat terlebih dahulu. Gadget dapat membantu terlebih bagi

orang tua untuk mendidik anak, hal ini dapat menumbuhkan perkembangan optimal bagi anak usia dini.

b. Perkembangan anak

Menurut Nurrachmawati (2014) mengungkapkan bahwa dampak negatif dari penggunaan gadget pada anak yaitu perkembangan kognitif, fisik-motorik, sosio- emosional, dan kemampuan berbahasa anak terhambat, anak mudah merasa puas, kesehatan dan proses pembelajaran pada diri anak terganggu, berpengaruh pada perilaku anak, anak rawan mendapatkan tindak kejahatan, dan menjadi malas untuk berkegiatan.

Perkembangan media teknologi dalam kurun waktu 15 tahun terakhir sangat mempengaruhi perkembangan anak, khususnya terkait beberapa aspek sebagaimana dipaparkan berikut ini (Huffington Post, dalam Chris,2013). :

Pertama, perkembangan motorik. Motorik sangat penting saat anak berusia balita, perkembangan media dan teknologi berpengaruh terhadap perkembangan (motorik halus),seringkali tulisan tangan anak yang kurang rapi, bahkan sulit dibaca. Perkembangan (motorik kasar) juga dapat terpengaruh oleh penggunaan media dan teknologi yang berlebihan.Padahal aktivitas bermain yang melibatkan fisik seperti meloncat dan berlari sangat diperlukan untuk menstimulasi keterampilan motorik kasar pada anak.Anak sehat jasmani adalah anak yang menggunakan motoriknya dengan optimal.

Kedua, perkembangan fisik. Dengan bermain dan olahraga, anak pun mendapatkan rasa nyaman dan rileks sebagai hasil pelepasan hormon oksitosin yang dihasilkan tubuh saat beraktivitas. Konsumsi media *gadget* membuat anak betah berlama-lama berada di depan layar, fokus utama anak adalah *gadget*-nya. Anak tidak lagi berminat mengeksplorasi jenis-jenis tekstur makanan, warna-warni sayur-sayuran, dan menstimulasi indera pengecap dengan berbagai macam cita rasa makanan.

Ketiga, perkembangan neurologi. Media teknologi sangat membantudalam menstimulasi fungsi dan kerja otak anak. Banyaknya muatan informasi yang disediakan oleh media dan *gadget* diserap oleh otak dan direkam dalam memori anak. Perkembangan saraf-saraf otak terbentuk sangat cepat sejak bayi hingga mencapai maksimum pada usia remaja 14 tahun. Orangtua dapat menggunakan media teknologi sebagai alat untuk memperkenalkan informasi baru bagi anak sejak dini. Sebagai contoh, tontonan *Baby Einstein* dan metode *flash card* untuk mengaktifasi nalar bayi sudah tersedia di aplikasi *YouTube*.

Keempat, perkembangan kognitif. Yang dimaksud dalam perkembangan kognitif adalah kemampuan pola pikir kritis dan logika berpikir. Media dan teknologi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan pola pikir dan logika anak. Tontonan film dan aplikasi *games* pendidikan saat ini dengan kemasan tampilan yang menarik disertai audio-

visual yang mutakhir mampu menstimulasi pola pikir anak menjadi lebih baik. Anak balita dapat mempelajari penjumlahan dan pengurangan berkat teknologi dan media.

Kelima, perkembangan moral. Banyak media film dan *video games* yang tidak mendidik terkait perkembangan moral anak dipertontonkan di televisi dan digandrungi oleh anak-anak zaman sekarang. Film yang memperlihatkan adegan kekerasan, menyakiti orang lain baik disengaja atau tidak, atau mem-*bully* sesama. Salah satu *video games* terlaris *Grand Theft Auto* yang semestinya tidak diperuntukkan bagi anak-anak. Dalam permainan ini pemain dapat mencuri mobil, merampok seorang nenek, bersetubuh dengan wanita tuna susila (WTS), bahkan membunuh seseorang untuk mencapai misinya.

Keenam, perkembangan bahasa. Media dan teknologi terbukti mempengaruhi kemampuan verbal anak. Tayangan program pendidikan "*Sesame Street*" menampilkan proses belajar membaca dan menghitung. Pada tayangan tersebut kepada anak diperlihatkan bunyi tiap-tiap huruf dan bagaimana bunyi huruf tersebut digabungkan dengan huruf lainnya sehingga menciptakan suatu kata yang memiliki arti.

Ketujuh, perkembangan sosial. Kemampuan sosial adalah keahlian dalam melakukan interaksi dengan orang lain, membina hubungan yang bermakna, mempertahankan hubungan dengan orang lain, empati, dan mengatasi konflik yang mungkin terjadi dikarenakan suatu sebab. Saat

bersosialisasi, anak mempelajari respon emosional terhadap perilaku orang lain sekaligus mempelajari dan mengobservasi reaksi emosi orang lain. Seiring dengan perkembangan teknologi, seringkali anak terperangkap dalam lingkungan yang “ramah” *social media*. Teknologi sangat membantu anak dalam berkomunikasi dengan orang lain. Namun, terkait aspek non-verbal, bahasa tubuh, dan mimik emosi, anak tidak dapat belajar bersosialisasi dengan gadget dan tanpa melakukan tatap muka secara langsung mengakibatkan tidak melakukan interaksi dengan orang-orang sekelilingnya.

Kedelapan, perkembangan identifikasi gender. Perkembangan identifikasi gender adalah kemampuan anak mengenal identitas seksualnya, laki-laki atau perempuan. Di era globalisasi teknologi menjadi medium dalam anak mempelajari peran gender dari lingkungannya. Media menampilkan hal-hal yang tidak sewajarnya, bukan hanya mengenai laki-laki dan perempuan saja melainkan membuat *role* beridentitas kelamin pria berbicara dengan bahasa yang kemayu atau memakai *jeans* ketat dan *lipgloss* di bibir. Tingginya penggunaan gadget berakibat terhadap pergeseran nilai dan peran gender wanita dan pria yang sesungguhnya.

c. Peran keluarga dalam penggunaan teknologi pada anak

1). Skema hubungan keluarga

Sahlan (2002:37) juga mengemukakan bahwa “orang tua adalah komponen keluarga yang terdiri dari ayah dan ibu dan merupakan hasil dari

sebuah ikatan perkawinan yang sah dan membentuk suatu keluarga. "Orang tua yang sesungguhnya memiliki tugas yang sangat berat karena harus bertanggung jawab untuk mendidik, mengasuh dan membimbing anak-anaknya untuk mencapai tahapan tertentu yang menghantarkan anak untuk siap dalam kehidupan bermasyarakat.

Astuti (2012:90) mengemukakan bahwa "orang tua adalah pendidik pertama, utama dan kodrat." Pendidik pertama dan utama, karena orang tualah yang akan memberikan pendidikan pertama bagi anaknya seperti cara memegang sendok, berjalan, bersosialisasi dan lain-lain. Hakikatnya anak juga adalah seorang peniru yang baik sehingga sebagai orang tua harus bersikap baik didepan anak, karena apapun yang dilakukan oleh orang tua akan ditiru oleh anak.

Peran keluarga dalam membentuk perilaku komunikasi internal. Peran serta orang tua untuk melindungi anak dan keluarga dari penggunaan perangkat digital dan paparan media digital. Karena tidak dapat dipungkiri lagi *gadget* dan internet sudah melekat pada anak hal inilah yang membuat banyak resiko akan hadirnya teknologi. Dari penggunaan *gadget* memberikan dampak terhadap proses komunikasi interpersonal yang nyata di lingkungan sosial anak. Aspek komunikasi interpersonal merupakan hal terpenting untuk menciptakan hubungan sosial yang baik.

2). Pola Asuh orang tua

Berdasarkan buku yang ditulis oleh John Santrock beliau menjelaskan tentang penelitian yang dilakukan oleh Diana Baumrind pada tahun 1971 yang mana penelitian tersebut sangat berpengaruh. Baumrind percaya bahwa orang tua tidak boleh menghukum atau menjauh. Alih-alih mereka harus menetapkan aturan bagi anak dan menyayangi mereka.

- Pola Asuh Otoriter

Pengasuhan orang tua yang bergaya otoritarian (authoritarian parenting) adalah gaya yang bersifat membatasi dan menghukum, di mana orang tua sangat berusaha agar remaja mengikuti pengarahan yang diberikan dan menghormati pekerjaan dan usaha-usaha yang telah dilakukan oleh orang tua.

- Pola Asuh Melalaikan (Neglectful Parenting)

Pengasuhan orang tua yang bergaya melalaikan adalah sebuah gaya dimana orang tua sangat tidak terlibat dalam kehidupan anaknya. Orang tua yang lalai tidak dapat menjawab pertanyaan "sekarang sudah jam 10 malam, anakmu sudah tidur? Pengasuhan orang tua yang bersifat lalai berkaitan dengan perilaku anak yang tidak kompeten secara sosial. Khususnya kurangnya pengendalian diri.

Remaja memiliki kebutuhan yang kuat untuk memperoleh perhatian dari orang tuanya, remaja yang dilalaikan oleh orang tuanya merasa bahwa hal-hal lain dalam kehidupan orang tuanya lebih penting dari dirinya. Remaja

yang orang tuanya lala biasanya tidak kompeten secara sosial dan biasanya memperlihatkan pengendalian diri yang buruk dan tidak menyikapi kebebasan dengan baik. Konsep yang berkaitan erat dengan pengasuhan orang-orang yang lalai adalah kurangnya pengawasan orang tua.

3). Pengawasan orang tua terhadap penggunaan teknologi

Ketika anak tidak diawasi oleh orangtua yang di takutkan adalah ketika anak tak sengaja melihat konten negatif. Anak pada dasarnya memiliki sifat ingin tahu yang tinggi, inilah yang menjadi kekhawatiran yang akan membuat anak melakukan ataupun mencari tahu lebih lanjut konten negatif atau kekerasan tersebut.

Cara untuk meminimalisir anak agar tidak mengakses konten negatif yakni dengan peranan orang tua yang harus selalu ikut mengontrol penggunaan *gadget* pada anak dan memberikan batasan waktu bermain gadget. Seorang pakar psikologi mengemukakan bahwa “seorang anak diberikan batasan waktu bermain *gadget* selama 1 jam. Akan tetapi, waktu penggunaan tidak 1 jam full, misalnya dibagi 15 menit pagi 15 siang dan seterusnya, supaya anak tidak kecanduan.” Supriyatna (Kompas online, 2017).

Sedangkan menurut Nurrachmawati (2014) mengungkapkan beberapa upaya yang dapat dilakukan orangtua dalam mengawasi penggunaan gadget pada anak, seperti menemani dan membimbing dalam

penggunaan gadget, membatasi penggunaan gadget, mengontrol isi atau data-data di dalam gadget anak, memberikan hukuman ringan pada anak dengan pendekatan, tidak memarahi anak ketika melakukan kesalahan, memahami kemampuan anak dengan meluangkan waktu untuk menilai seberapa tajam anak memilah hal-hal baru, menciptakan lingkungan belajar sesuai keinginan anak, bersabar dan aktif dalam mendidik anak, serta meluangkan banyak waktu untuk anak.

Dapat disimpulkan penggunaan *gadget* yang tidak ada batasnya pada anak usia dini, selain dapat digunakan untuk mengakses konten negatif juga akan mengakibatkan anak mengalami kecanduan *gadget* dan akan mempengaruhi perkembangan anak tersebut.

9. Persepsi pada Komunikasi Interpersonal

a). Pengaruh Terhadap Persepsi

Menurut Desiderato, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi merupakan pemberian makna pada stimulus indrawi (*Sensory Stimulus*). Sensasi merupakan bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi. Dalam (rahmat 2012:50).

Membahas gadget untuk mengakses dalam memenuhi kebutuhan akan informasi, hiburan dan edukasi, pada anak usia dini tontonan dalam

media berbentuk audio visual (video) dan game merupakan sebuah medium. Bagaimana Intensitas terhadap paparan terhadap pesan-pesan yang disebarkan menggunakan media bahkan menimbulkan suatu dampak kepada penontonya. Video merupakan media yang sangat efektif untuk menyebarkan beragam informasi. Video bersifat persuasif yang tersebar sangat dengan mudah mempengaruhi dapat berupa perubahan perilaku sifat dan persepsi publik. Serta games melibatkan pengguna secara aktif dalam penggunaannya sehingga terstimulus, terlebih games dengan tujuan pembuatan sebagai media edukasi.

Terjadinya suatu persepsi perlu adanya perhatian (*attention*) dimana proses mental kita terstimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus mengkonsentrasikan diri. Dalam Rakhmat (2012: 51), dalam diri seseorang tentu didasari oleh beberapa faktor. Menurut Walgito (2000:54) terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi suatu persepsi, yakni faktor internal dan eksternal.

- a. Faktor Internal Faktor internal yang dapat mempengaruhi persepsi berkaitan dengan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, saraf atau pusat susunan saraf, kepribadian dan pengalaman penerima diri serta keadaan individu. Manusia pada dasar memiliki keterbatas akan alat indra yang dimilikinya, tetapi lebih cenderung memfokuskan pada satu perhatian yang selektif (*selective attention*)

b. Faktor Eksternal Faktor eksternal ini digunakan untuk objek yang akan dipersepsikan yang ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional perhatian yang bersifat eksternal atau penarikan perhatian (*attention getter*). Stimulus diperhatikan karena memiliki sifat yang menonjol diantaranya: gerakan, intensitas stimulus, kebaruan dan petualangan.

Selain itu, Thoha (2004:147) mengemukakan tentang beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang yakni “psikologi, keluarga dan kebudayaan.”David Kreach dan Cruthfield (dalam Thoha, 2004:51) juga mengemukakan bahwa faktor utama dalam menentukan persepsi ada dua yakni faktor fungsional dan faktor Struktural.

- a. Faktor Fungsional Faktor fungsional ini melihat dari kebutuhan, pengalaman, masa lalu dan hal lain yang termasuk kedalam faktor personal. Jadi, timbulnya suatu persepsi bukan hanya dari stimulinya, tetapi tergantung dengan karakteristik yang memberikan respons pada stimuli itu.
- b. Faktor Struktural Faktor--faktor struktural ini berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu.

Faktor-faktor fungsional dan struktural lebih menunjukkan kepada kebutuhan dan pengalaman dan pengalaman yang telah dialami oleh

individu yang dirasakan melalui panca indera terhadap objek tertentu. Stimulus merupakan hasil terhadap respon pada organ pengindraan, bervariasi baik dari segi tipe maupun intensitasnya. Stimulus setia yang berbeda-beda berdasarkan Intensitas stimulus yang menentukan seberapa kuat stimulus yang diterima pada organ indra, masuk ke saraf sensoris lalu ke otak sehingga individu menyadari stimulus tersebut. faktor psikologis yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang ada tidaknya stimulus.

Berbagai cara menyusun stimulus dikenal dengan Hukum Gestalt (yang dikemukakan oleh sekelompok psikolog aliran Gestalt). Gestalt artinya bentuk (form) atau konfigurasi. Para ahli Gestalt memiliki semboyan "Keseluruhan lebih dari sekedar penjumlahan bagian--bagiannya". Ide dasarnya adalah bahwa stimulus dikelompokkan menjadi pola yang paling sederhana tetapi memiliki arti.

a. Persepsi melalui indera penglihatan (Visual)

Mata hanyalah merupakan salah satu alat atau bagian yang menerima stimulus dan stimulus ini dilangsungkan oleh saraf sensoris ke otak, hingga akhirnya individu dapat menyadari apa yang dilihat. Secara alur dapat dikemukakan bahwa proses persepsi berlangsung sebagai berikut: stimulus mengenai alat indera, ini merupakan yang bersifat kealaman (fisis), stimulus kemudian dilangsungkan ke otak oleh saraf sensoris, proses ini merupakan proses fisiologi dan di otak sebagai pusat susunan urat syaraf terjadilah proses yang akhirnya individu dapat menyadari atau mempersepsikan

tentang apa yang diterima melalui alat indera. Proses yang terjadi dalam otak ini merupakan proses psikologi.

b. Persepsi melalui indera pendengaran (Auditori)

Telinga dapat dibagi atas beberapa bagian yang masing--masing mempunyai fungsi atau tugas sendiri-sendiri, yaitu: telinga bagian luar (merupakan bagian yang menerima stimulus dari luar), telinga bagian tengah (merupakan bagian yang meneruskan stimulus yang diterima oleh telinga bagian luar, jadi bagian ini merupakan transformer) dan telinga bagian dalam (merupakan reseptor yang sensitif yang merupakan saraf-saraf penerima). Apabila individu dapat menyadari apa yang didengar, maka individu dapat mempersepsikan apa yang didengar dan terjadilah suatu pengamatan atau persepsi.

c. Persepsi Melalui Indera Penciuman (Olfaktori)

Sel-sel penerima atau reseptor bau terletak dalam hidung sebelah dalam. Stimulusnya berwujud benda-benda yang bersifat gas yang dapat menguap dan mengenai alat-alat penerima yang ada dalam hidung, kemudian diteruskan oleh saraf sensoris ke otak dan sebagai respons dari stimulus tersebut orang dapat menyadari apa yang dicitumnya yaitu bau dicitumnya.

d. Persepsi Melalui Indera pengecap (Gustatori)

Indra pengecapan terdapat di lidah. Stimulusnya merupakan benda cair. Zat cair itu mengenai ujung sel penerima yang terdapat pada lidah, yang kemudian dilangsungkan oleh saraf sensoris ke otak, hingga akhirnya orang dapat menyadari atau mempersepsikan tentang apa yang dikecap itu. Ada empat rasa yang dapat dipersepsikan: pahit, manis, asin dan asam.

e. Persepsi Melalui Indera Kulit (Taktil)

Indra ini dapat merasakan rasa sakit, rabaan, tekanan dan temperatur. Tetapi tidak semua bagian dari kulit dapat menerima rasa--rasa ini hanya pada bagian tertentu saja yang dapat menerima stimulus tertentu.

Menyusun berbagai hal di dalam pikiran kita menjadi suatu bentuk atau gambaran yang membentuk keseluruhan yang berarti. Apapun persepsinya, itu merupakan pengalaman yang utuh. Kecenderungan untuk melihat hal--hal dalam bentuk yang lengkap ini tercermin dalam persepsi tentang beberapa yang tidak ada, tetapi diciptakan untuk melengkapi gejala tertentu. Beberapa hukum menurut Verbeek, 1978 dalam Sobur, 2009:

- a. Keseluruhan memberi arti pada bagian
- b. Pada pengamatan gestalt, bagian--bagian yang kurang lengkap dilengkapi.
- c. Bagian-bagian "terikat" dalam suatu gestalt Ini merupakan dasar penyamaran.

Dalam penyamaran itu, suatu gestalt tertentu tidak terlihat karena dimasukkan sebagai bagian dalam suatu Gestalt yang lebih besar. Jadi struktur yang biasa dari sesuatu disembunyikan dalam struktur suatu keseluruhan yang lebih besar. Terdapat empat perbedaan antara persepsi objek dengan persepsi interpersonal dalam (Rakhmat 2012:80-81).

Pertama, pada persepsi objek, stimulus ditayangkan alat indera kita melalui benda-benda fisik: gelombang, cahaya, gelombang suara, temperatur, dan sebagainya, pada persepsi interpersonal, stimulus mungkin sampai kepada kita melalui lambang-lambang verbal atau grafis yang disampaikan pihak ketiga. Orang tua menjadi pihak ketiga yang menjadi mediasi stimulasi, yang membentuk awal persepsi anak. Anak usia dini masih membutuhkan peran orang tua secara khusus membantu memahami atau pun mengawasi dalam perkembangannya.

Kedua, bila kita menanggapi objek, kita hanya menanggapi sifat--sifat batiniah objek itu. Ketika kita melihat papan tulis, kita tidak pernah mempersoalkan bagaimana perasaannya ketika kita amati. Pada persepsi interpersonal, kita mencoba memahami apa yang tidak tampak oleh alat indera kita. Kita tidak hanya melihat perilakunya, kita juga melihat mengapa ia berperilaku seperti itu. Kita mencoba memahami bukan saja tindakan, tetapi juga motif tindakan itu. Dengan demikian, stimulus kita menjadi sangat kompleks. Terlebih anak usia dini tidak akan mampu "menangkap" seluruh sifat orang lain dan berbagai dimensi perilakunya. Orang tua cenderung

memilih stimulus tertentu saja. Ini jelas membuat persepsi interpersonal lebih sulit, ketimbang persepsi objek. Sesuaikan “

Ketiga, ketika kita mempersepsi objek, objek tidak bereaksi kepadakita;;kita pun tidak memberikan reaksi emosional padanya. Perasaan anda dingin saja ketika anda memandangi papan tulis tetapi, anak usia dini belum secara langsung dapat dimaknai apa yang mereka lihat perlu bantuan orang tua. Dalam persepsi interpersonal, faktor-faktor personal anda, dan karakteristik orang yang ditanggapi, serta hubungan Anda dengan orang tersebut, menyebabkan persepsi interpersonal sangat cenderung untuk keliru. Perbedaan persepsi itu wajar terjadi oleh anak dengan orang tua, anak yang baru mengetahui hal-hal kecil saja di bandingkan dengan orang tua.

Keempat, objek relatif tetap, manusia berubah-ubah. Papan anda lihat minggu lalu tidak berbeda dengan papan tulis lihat hari ini. Mungkin tulisan pada papan tulis itu sudah mungkin sobekan kayu di sudut sudah hilang, tetapi secara keseluruhan papan tulis itu tidak berubah. Manusia selalu berubah 1 hari ini bukan Anda yang kemarin, bukan Anda esok hari. Kemarin anak suka dengan karakter kartun tertentu besok bisa juga berubah lagi. Perubahan ini kalau tidak membingungkan kita, akan memberikan informasi yang salah tentang orang lain. Persepsi interpersonal menjadi mudah salah.

b). Komunikasi interpersonal

Komunikasi Interpersonal didefinisikan sebagai pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik secara langsung. Selanjutnya bahwa komunikasi interpersonal, individu selain menunjukkan perhatian juga menunjukkan seberapa jauh perhatian itu diberikan. Semakin besar interaksi interpersonal yang ada menunjukkan semakin besar perhatian seseorang pada orang lain yang diajak komunikasi, sebaliknya semakin sedikit komunikasi interpersonal yang terjadi semakin kecil orang memperhatikannya. (Liliweri, 2002:112)

Menurut Joseph A. Devito mengartikan *the process of sending and receiving messages between two person, or among a small group of persons, with same effect and some immediate feedback.* (Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa umpan balik seketika. (Effendy 2003,59)

Komunikasi interpersonal secara umum adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, masing-masing orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut saling mempengaruhi persepsi lawan komunikasinya. DeVito berpendapat bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi di antara dua orang yang telah memiliki hubungan yang jelas, yang terhubungkan dengan beberapa cara. Jadi komunikasi

interpersonal misalnya komunikasi yang terjadi antara ibu dengan anak, dokter dengan pasien, dua orang dalam suatu wawancara, dsb.

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dibidang paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikasi, sebab komunikasi berlangsung secara tatap muka. Oleh karena komunikator dengan komunikan itu saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi; pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika komunikator menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*). Komunikator dapat mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan komunikator.

Apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tadi bisa dimengerti oleh komunikan atau sesuai yang diinginkan komunikator, maka komunikator dapat mempertahankan gaya komunikasinya, sebaliknya jika tanggapan komunikan negatif, maka komunikator dapat mengubah gaya komunikasinya sampai komunikasi tersebut berhasil. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antar pribadi adalah proses penyampaian pesan antara dua orang atau sekelompok kecil secara langsung baik itu pesan verbal maupun nonverbal sehingga mendapatkan *feedback* (umpan balik) langsung. (Bungin.2007:32)

Ciri-ciri komunikasi interpersonal ini adalah pihak--pihak yang memberi dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi interpersonal yang efektif diawali hubungan yang baik. Waltzlawick berpendapat komunikasi tidak hanya berisi pesan tetapi juga menekankan kepada aspek hubungan yang disebut dengan metakomunikasi. Umumnya hubungan interpersonal suami istri atau dengan yang lainnya adalah baik sehingga menjadi modal bagi terbangunnya sebuah komunikasi interpersonal yang efektif. (Kholil, 2005: 43).

Kelebihan dari komunikasi interpersonal adalah umpan balik yang bersifat segera. Sementara itu, agar komunikasi interpersonal dapat berjalan efektif, maka harus memiliki lima aspek efektivitas komunikasi (DeVito, 2011), sebagai berikut.

1. Keterbukaan (*Openness*). Mengacu pada keterbukaan dan ketersediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang dan keterbukaan peserta komunikasi interpersonal kepada orang yang diajak untuk berinteraksi.
2. Empati (*Empathy*). Empati adalah menempatkan diri kita secara emosional dan intelektual pada posisi orang lain.

3. Sikap mendukung (*Supportiveness*). Sikap mendukung dapat mengurangi sikap defensif komunikasi yang menjadi aspek ketiga dalam efektivitas komunikasi.
4. Sikap Positif (*Positiveness*). Seseorang yang memiliki sikap diri yang positif, maka ia pun akan mengkomunikasikan hal yang positif. Sikap positif juga dapat dipicu oleh dorongan (*stroking*) yaitu perilaku mendorong untuk menghargai keberadaan orang lain.
5. Kesetaraan (*Equality*). Kesetaraan merupakan pengakuan bahwa masing-masing pihak memiliki sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan umpan balik yang langsung.

c). Hubungan interpersonal

Terdapat banyak unsur sehingga komunikasi berjalan efektif, dapat ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Banyak penyebab dari hambatan komunikasi sebuah perhatian kecil saja bila ada hubungan interpersonal baik di antara komunikan akan terasa dekat. Sebaliknya apabila pesan yang paling jelas dan tegas, serta paling cermat tidak dapat menghindari kegagalan, jika terjadi hubungan yang jelek. Setiap kali melakukan komunikasi, bukan hanya sekedar menyampaikan pesan, tetapi juga perlu memperhatikan kadar hubungan interpersonal bukan hanya

memperhatikan *content* tetapi juga "*relationship*". (memahami proses komunikasi interpersonal menuntut pemahaman hubungan simbiosis antara komunikasi dengan perkembangan relasional: komunikasi mempengaruhi perkembangan relasional, dan pada gilirannya (secara serentak), perkembangan relasional mempengaruhi sifat komunikasi antar pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan tersebut). Dalam (Rakhmat 2012;118).

Keterkaitan keluarga sebagai awal pembelajar menumbuhkan kembangkan perilaku sosial di masyarakat, pengaruh keluarga memebentuk perilaku interpersonal. Menurut Fitzpatrick dan rekannya menyebut cara berpikir anggota keluarga sebagai "skema Hubungan" (relational schemas) atau singkatnya dengan sebutan "skema" saja. Skema hubungan terdiri atas pengetahuan mengenai diri sendiri, orang lain, hubungan yang sudah dikenal dan juga pengetahuan mengenai bagaimana cara berinteraksi dalam suatu hubungan. Pengetahuan ini memberikan image atau gambaran terhadap suatu hubungan berdasarkan pengalaman sendiri dan memandu perilaku dalam menjalani hubungan itu. Suatu skema adalah seperangkat ingatan yang terorganisir yang akan digunakan setiap saat seseorang berinteraksi dengan orang lain. Karena setiap orang memiliki pengalaman berbeda, maka skemanya juga akan berbeda.

Skema hubungan menjadikan pola interaksi seseorang dengan dengan anggota keluarga lainnya dipengaruhi oleh skema khusus, kemudian skema keluarga dan terakhir diarahkan oleh skema umum. Menurut

fitzpatrick dan rekannya, komunikasi keluarga tidak bersifat acak (random), tetapi sangat terpola berdasarkan atas skema--skema tertentu yang menentukan bagaimana anggota keluarga berkomunikasi satu dengan yang lain, skema ini terdiri atas pengetahuan mengenai: (1) seberapa intim suatu keluarga; (2) derajat individualitas dalam keluarga; dan (3) faktor eksternal keluarga seperti teman jarak geografis, pekerjaan , dan hal--hal lainnya di luar keluarga. (fitzpatrick dan rekannya, dalam Morissan.2013:289).

Belaka Arnold P. Goldstein (1975) dalam (Rakhmat.2012:118) mengembangkan apa yang disebut sebagai "relationship--enchancement methods" (metode peningkatan hubungan dalam psikoterapi. Ia merumuskan metode ini dengan tiga prinsip Makin baik hubungan interpersonal, (1) makin terbuka pasien mengungkapkan perasaannya, (2) makin cenderung ia meneliti perasaannya secara mendalam beserta penolongnya (psikolog), dan (3) makin cenderung ia mendengar dengan penuh perhatian dan bertindak atas nasihat yang diberikan penolongnya. Dari segi psikologi komunikasi, kita dapat menyatakan bahwa makin baik hubungan interpersonal, makin terbuka orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga semakin efektif komunikasi yang berlangsung di antara komunikan.

Karena pentingnya hubungan interpersonal ini, kita akan membicarakan beberapa teori tentang hubungan interpersonal. Teori--teori ini memberikan perspektif untuk memandang proses hubungan interpersonal

dan memberikan penjelasan tentang faktor--faktor yang mempengaruhi hubungan interpersonal. Selanjutnya kita akan membicarakan tahap--tahap hubungan interpersonal dan tiga faktor dalam komunikasi interpersonal yang menumbuhkan hubungan interpersonal yang baik : *Percaya (trust)*, *sikap suportif (supportiveness)* dan *sikap terbuka (open mindedness)*.

Pola--pola komunikasi interpersonal mempunyai efek yang berlainan Pada hubungan interpersonal. Tidak benar anggapan orang bahwa semakin sering orang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain, semakin baik hubungan mereka. Yang menjadi soal bukanlah berapa kali komunikasi dilakukan. Akan tetapi, bagaimana komunikasi dilakukan. Bila antara Anda dengan saya berkembang sikap curiga, semakin sering Anda berkomunikasi dengan saya makin jauh kita. Lalu, apa saja faktor-faktor yang menumbuhkan hubungan Personal yang baik? Seperti telah disebutkan di maka, di sini kita menyebutkan tiga hal:

1. *Percaya (trust)*

Di antara berbagai faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, faktor percaya adalah yang paling penting. Bila saya percaya pada anda, apabila perilaku anda dapat saya duga, bila saya yakin anda tidak akan mengkhianati atau merugikan saya, maka saya akan lebih banyak membuka diri saya kepada anda.

2. *Sikap suportif (supportiveness)*

Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Orang bersikap defensif bila ia tidak menerima, tidak jujur, dan empati. Sudah jelas, dengan sikap defensif komunikasi interpersonal akan gagal karena orang defensif akan lebih banya melindungi diri dari ancaman yang ditanggapi dalam komunikasi ketimbang memahami orang lain.

3. Sikap terbuka (*open mindedness*).

Hal yang amat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Lawan sikap terbuka adalah dogmatism sehingga untuk memahami sikap terbuka kita harus mengkarakteristik orang dogmatis.

B. Landasan Teori

1. Pencapaian Eksistensi Diri

Pandangan Frankl (dikutip Scultz) dalam buku *Phychoteraphy and Exixtentialism* tentang kesehatan psikologis “Menekankan pentingnya kemauan akan arti” (1991:145). Dalam sistem kepribadian yang berkembang Frankl menekankan pentingnya arti eksistensi diri dan kebutuhan mencari arti, serta teknik-teknik terapeutis yang khusus untuk menemukan arti dalam kehidupan.

Teori tentang kodrat manusia yang berasal dari *logotherapy* dibangun atas tiga tiang : kebebasan kemauan, kemauan akan arti, dan arti kehidupan. Frankl dalam bukunya *Phychoteraphy and Existentialism* berpedapat bahwa “Meskipun manusia tunduk pada kondisi-kondisi dari luar yang mempengaruhi kehidupannya, namun manusia bebas memilih reaksi kondisi-kondisi tersebut”(1967:34).

Kemauan akan arti dan arti kehidupan adalah kebutuhan manusia yang terus menerus mencari arti eksistensi diri. Semakin individu mampu mengatasi diri sendiri, memberi diri sendiri pada suatu tujuan semakin individu menjadi manusia sepenuhnya. Arti yang individu cari memerlukan tanggung jawab pribadi. Tidak ada orang atau sesuatu yang lain yang dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud dalam kehidupan individu, tetapi individu harus menemukan caranya sendiri untuk menghadapi kondisi-kondisi eksistensi diri secara bebas dan bertanggungjawab sampai saat

menemukan suatu maksud dalam kondisi-kondisi yang dihadapi. Individu tidak dapat merespon kondisi-kondisi ini dengan berbicara dan berkontemplasi, melainkan dengan perbuatan-perbuatan, yang mengungkapkan dengan jelas arti yang diperoleh dalam kehidupan individu tersebut.

Frankl dalam bukunya yang berjudul *Phychotherapy and Existensialsm* mengatakan bahwa pencapaian eksistensi diri merupakan upaya untuk mencapai nilai-nilai yang dituju seperti arti kehidupan, dimana nilai-nilai itu berubah-ubah dan fleksibel sehingga individu dapat menyesuaikan diri dengan bermacam-macam situasi dimana individu akan menyadari kemampuan diri sendiri.(1967:36)

Menurut Frankl ada tiga sistem nilai yang fundamental berhubungan dengan tiga cara memberi arti pada kehidupan, diantaranya:

- A. Nilai-nilai daya cipta. Nilai yang diwujudkan dalam aktivitas yang reaktif dan produktif, yang diberikan kepada kehidupan melalui tindakan yang menciptakan suatu hasil yang kelihatan atau dengan melayani orang-orang yang merupakan suatu ungkapan individu.
- B. Nilai pengalaman. Nilai ini menyangkut penerimaan dari dunia. Nilai pengalaman diungkapkan dengan menyerahkan diri sendiri kepada keindahan dalam dunia alam atau seni. Frankl mengemukakan bahwa ada kemungkinan memenuhi arti dalam

kehidupan dengan mengalami beberapa segi kehidupan secara intensif, walaupun individu tidak melakukan suatu tindakan yang positif. Frankl juga mengatakan bahwa suatu momen puncak dari nilai pengalaman dapat mengisi seluruh kehidupan seseorang dengan arti. Penekanannya pada intensitas yang individu alami terhadap hal-hal yang individu miliki.

- C. Nilai sikap. Nilai ini menekankan pada bagaimana secara rasional individu memberikan respon kepada kondisi-kondisi yang sama sekali mengecewakan dan destruktif serta menimbulkan keputusan, untuk dapat menerimanya. Nilai-nilai sikap sebagai cara memberi arti bagi kehidupan akan memberikan harapan bahwa kehidupan manusia, meskipun dalam keadaan-keadaan gawat dapat bercirikan arti dan maksud.(1967:37)

Sejauh individu sadar bahwa dirinya diwajibkan untuk menyadari nilai-nilai maka hal tersebut akan membawa konsekuensi bahwa tanggung jawab individu untuk memelihara kesehatan psikologis merupakan hal yang tidak terelakkan. Smith dalam bukunya *What Matters Most* mengatakan bahwa nilai-nilai yang mendasari kehidupan individu adalah apa yang individu percayai sebagai yang paling utama dan yang paling tertinggi prioritasnya dalam kehidupan individu. Nilai –nilai ini berbeda bagi setiap individu. Seberapa baik individu mengidentifikasi nilai-nilai yang mendasari

kehidupan manusia maka hal tersebut menentukan seberapa jauh individu mengenali dan memahami diri sendiri yang sesungguhnya. (2003:106)

2. Teori Media Baru (New Media Theory)

Teori media baru merupakan teori yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Pierry Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka., fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Teori ini didasarkan pada dua asumsi, yaitu interaksi sosial dan integrasi sosial :

- a) Interaksi Sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Media lama dinilai lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Lalu, media baru dianggap lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. Media baru memberikan bentuk interaksi yang baru pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan media sebelumnya. Media baru juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan dan kebingungan. Media baru juga mungkin memberikan

keluwesan waktu dalam penggunaan, tetapi juga menciptakan tuntutan waktu yang baru.

- b) Integrasi Sosial dimana interaksi tatap muka bukan lagi menjadi standar utama atau dasar bagi perbandingan media komunikasi. Media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri. (Littlejohn dan oss, 2014 dalam <https://www.slideshare.net/sorayaratna/soraya-ratna-pratiwi-teori-media-baru-new-media-theory>)

Salah satu bagian dari new media adalah "*network society*" yang merupakan formasi sosial yang berinfstruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas. (Van Dijk 2006 dalam Jamilah 2016)

Adapun karakteristik kunci untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif penggunaannya :

1. Interkatifvitas, sebagaimana ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap penawaran sumber atau pengirim.

2. Kehadiran sosial (*social presence or sociability*) dialami oleh pengguna, artinya rasa kontak pribadi dengan orang lain yang dapat ditimbulkan dengan menggunakan media.
3. Kekayaan media, jangkauan di mana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indra, dan lebih personal.
4. Otonomi (*autonomy*), derajat dimana seorang pengguna merasakan kendali atas konten dan penggunaan yang mandiri.
5. Unsur bermain-main (*playfulness*), kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat.
6. Privasi (*privacy*), berhubungan dengan kegunaan media dan/atau konten tertentu.
7. Personalisasi (*personalization*) derajat dimana konten dan pengguna menjadi personal dan unik. (McQuail 2010)

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet dikehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya dibelahan

dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan computer atau laptop saja tetapi kini dapat mengaksesnya melalui handphone dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telepon seluler. (Muladiyah 2017)

Seorang peneliti komunikasi Carrie Heeter pada tahun 1983 memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

- a. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bisa digunakan untuk mengaksesnya.
- b. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
- c. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat

interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.

- d. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.
- e. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.
- f. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi (Heeter, 1988:25)

Teori ini dianggap relevan dengan penelitian ini karena penggunaan media yang digunakan saat ini yaitu media sosial yang termasuk kedalam media komunikasi baru yang jangkauannya sangat luas dan tak terbatas. Lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis adalah kata yang tepat menggambarkan bagaimana suatu media baru seperti media

sosial hadir ditengah masyarakat luas khususnya bagi pengguna media baru itu sendiri.

3. Teori Atribusi

Atribusi adalah proses menyimpulkan motif, maksud, dan karakteristik orang lain dengan melihat pada perilakunya yang tampak (Barn dan Byrne, 1979: 56). Atribusi boleh juga ditujukan pada diri sendiri (self attribution), tetapi di sini kita hanya membicarakan atribusi pada orang lain. Atribusi merupakan masalah yang cukup populer pada dasawarsa terakhir di kalangan psikologi sosial, dan agak menggeser fokus pembentukan dan perubahan sikap. Secara garis besar ada dua macam atribusi: atribusi kausalitas dan atribusi kejujuran.

Bila kita melihat perilaku orang lain, kita mencoba memahami apa yang menyebabkan ia berperilaku seperti itu. Fritz Heider (1958) adalah yang pertama menelaah atribusi kausalitas. Menurut Heider, bila kita mengamati perilaku sosial, pertama-tama kita menentukan dahulu apa yang menyebabkannya: faktor situasional atau personal, dalam teori atribusi lazim disebut kausalitas eksternal dan kausalitas internal (Jones dan Nisbett, 1972).

Bagaimana kita mengetahui bahwa perilaku orang lain disebabkan faktor internal, dan bukan faktor eksternal? Menurut Jones Nisbett, kita dapat memahami motif persona stimuli dengan memperhatikan dua hal. Pertama,

kita memfokuskan perhatian pada perilaku yang hanya memungkinkan satu atau sedikit penyebab. Kedua kita *memusatkan* perhatian pada perilaku yang menyimpang dari pola perilaku yang biasa.

Beberapa peneliti lain menghubungkan proses atribusi dengan status personal stimuli. Thibault dan Riecken (1955) melakukan eksperimen dengan menyuruh dua kelompok mahasiswa meyakinkan secara persuasif dua orang konfederat* (kawan peneliti yang menyamar) tentang donor darah. Kelompok pertama meyakinkan seseorang yang diberi tahu sebagai dosen bergelar doktor, kelompok kedua, seorang veteran mahasiswa tingkat pertama.

Kedua konfederat berhasil mengikuti anjuran. Subjek-subjek eksperimen kemudian disuruh menjelaskan apakah konfederat itu mengikuti anjuran karena persuasi yang dilakukan, atau karena karakteristik orang itu (ia memang ingin menyumbang darah). Kausalitas internal ternyata lebih banyak dikenakan pada konfederat berstatus tinggi. Yang berstatus rendah dianggap menyumbang karena pengaruh persuasi. Jones dan kawannya memperkuat hipotesis ini. Pujian dari orang berstatus tinggi dianggap penghargaan, dan persona stimulinya dianggap jujur; Pujian dari orang berstatus rendah dianggap menjilat karena ada Udang di balik batu.

Lebih terkenal, sebenarnya teori atribusi dari Harold Kelley Menurut Kelley (1972, 1973). Menurut Kelley, kita menyimpulkan kausalitas internal atau eksternal dengan memperhatikan tiga hal: konsensus orang lain bertindak sama seperti penanggap;; konsistensi penanggap bertindak yang

sama pada situasi lain, dan kekhasan(distinctiveness) apakah orang itu bertindak yang sama pada situasi lain atau hanya pada situasi ini saja. Menurut teori Kelley, bila ketiga hal itu tinggi, orang akan melakukan atribusi kausalitas eksternal. Misalkan Rudi bertengkar dengan seorang dosen, begitu pula mahasiswa lain (konsensus tinggi), Rudi pernah juga bertengkar dengan dosen sebelumnya (konsistensi tinggi),Rudi tidak pernah bertengkar dengan dosen lain (kekhasan tinggi). Anda akan menyimpulkan Rudi marah karena ulah dosen, bukan karena watak Rudi. Sekarang, bagaimana kita dapat menyimpulkan bahwa persona stimuli jujur atau munafik (atribusi kejujuran--attribution of honesty).

Menurut Robert A. Baron dan Donn Byrne (1979:7071), kita akan memperhatikan dua hal: (1) sejauh mana pernyataan orang itu menyimpang dari pendapat yang populer dan diterima orang, (2) sejauh mana orang itu memperoleh keuntungan dari kita dengan pernyataannya itu. Penelitian terdahulu telah membuktikan kebenaran teori di atas. Semakin besar jarak antara pendapat persona stimuli dengan pendapat umum, makin percaya kita bahwa ia jujur (Eisinger dan Mills, 1968: Jones et al., 1971). Kita kurang mempercayai kejujuran orang yang mengeluarkan pernyataan yang menguntungkan dirinya. Kita tidak yakin pada omongan salesman tentang dagangannya, sebab ia memang ber keuntungan. Kita yakin kawan kita jujur bila ia menyatakan pendapat yang sebetulnya akan merugikan dia. Hal yang

sama akan kita nanti pada penelitian Elliot Aronson tentang kredibilitas. Dalam (Rakhmat . 2012: 92--94).

C. Penelitian yang Relevan

Beberapa hasil penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain:

- a) Penelitian yang dilakukan oleh **Agus Efendi, Puwani Indri Astuti, dan Nuryani Tri Rahayu (2017)** tentang **“Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo”**. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah eksplanatif korelasi kausal dengan metode survei menggunakan instrumen utama kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengguna media baru di kalangan usia 8-12 tahun di kabupaten Sukoharjo dalam kategori sedang (1,89) dan interaksi sosialnya dalam kategori tinggi (2,45). Asumsi yang menyatakan bahwa semakin tinggi penggunaan media baru maka interaksi sosial akan cenderung semakin rendah dapat diterima kebenarannya dengan koefisien korelasi sebesar 0,54 pada derajat kebebasan 0,05 atau tingkat kepercayaan 95%.
- b) Penelitian yang dilakukan oleh **Minarti Male (2018)** tentang **“Kejahatan Siber dan Anak Di Era Digital (Studi Kasus Pelecahan Seksual Anak Melalui Media Online)”**. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pilihan metode

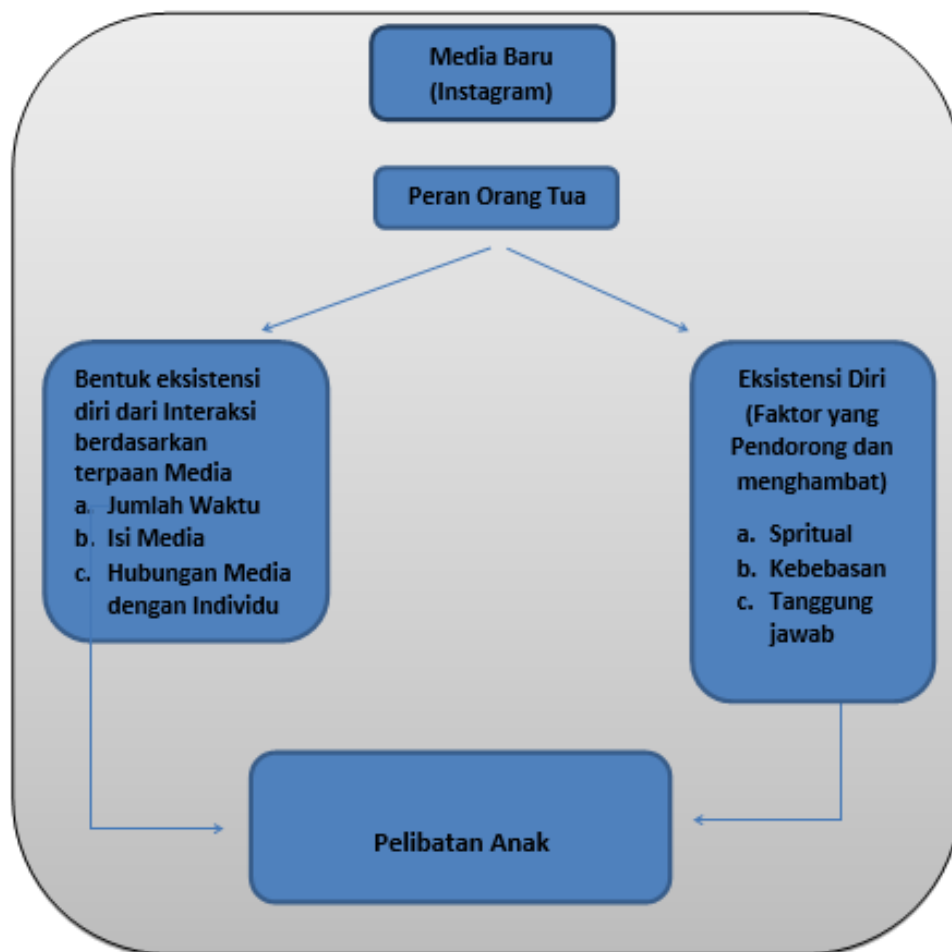
studi lapangan (*field research*). Lokasi penelitian yaitu di Makassar, tepatnya kantor Polrestabes Makassar dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Sumber data di peroleh dari data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk-bentuk kejahatan siber pada anak di era digital khususnya pada kasus pelecehan seksual anak melalui media online, dimana anak masih belia sudah menjadi korban pelecehan. Upaya pemerintah dalam melindungi dan menggulangi kejahatan siber yang menyerang anak ini agar dapat dilakukan secara menyeluruh tidak hanya pendekatan yuridis tetapi dengan pendekatan non-penal.

- c) Penelitian yang dilakukan oleh **Nidya Zahra Hayumi (2014)** tentang **“Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan analisis statistik *univariat*, dimana analisis ini dilakukan dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya dengan membuat kesimpulan yang berlaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai salah satu alat untuk menunjukkan eksistensi diri terutama dikalangan remaja. Hal tersebut mengarahkan pula pada bagaimana

instagram dapat diartikan sebagai akibat atau dampak yang ditimbulkan dari perkembangan media *online* saat ini. Adanya perkembangan jaman yang memperngaruhi perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk menampilkan berbagai hal yang ia dokumentasikan ke dalam bentuk foto atau video ke dalam Instagram.

D. Kerangka Pemikiran

Upaya untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik diperlukan suatu proses atau prosedur yang efektif untuk itu diperlukan kerangka pemikiran yang dapat memberikan gambaran penelitian untuk mendapatkan hasil yang baik. Kerangka pikir dari peneliti seperti Gambar 2.2 :



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran

E. Defenisi Operasional

- a) Media Sosial adalah media berbasis kecanggihan teknologi dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi dan menciptakan isi jejaring sosial, forum, aplikasi *instagram* tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.
- b) Instagram adalah media sosial yang digunakan untuk membagi foto dan video. Saat ini sangat digandrungi dalam membagikan berbagai aktifitas sehari-hari oleh penggunanya untuk sebuah ajang eksistensi diri.
- c) Eksistensi diri merupakan keberadaan diri yang ingin diakui terkenal dan keren
- d) Frekuensi (sering) dan durasi (lama) dalam mengakses Instagram adalah dianggap mempengaruhi eksistensi diri orang tua.
- e) Faktor Pendorong adalah motiv seseorang untuk melibatkan anak dalam unggahan *instagram*
- f) Faktor Penghambat adalah motiv seseorang untuk tidak mau melibatkan anak dalam unggahan *iinstagram*
- g) Anak Usia Dini adalah anak *golden age* dengan rentan usia 0-5tahun