

The Digital Era and Teens: Analyzing the Influence of Multimedia on Social Media

Alisia Maulidina ¹, Widya Maulani ², Hendri Purnomo³

Ilmu Komputer, Universitas Islam Al-Azhar

widyaamaulani02@gmail.com, alisiamaulidina15@gmail.com, hendripurnomo@unizar.ac.id

Article Info

Article history:

Received ...

Revised ...

Accepted ...

Keyword:

Effect, Social, Media, Behavior,
Teenager

ABSTRACT

In this era of globalization technology is more advanced, it can't be denied the presence of the internet more needed in everyday life, both in socialization, education, business, etc. We can't be denied that social media have a big influence in our life. Someone who initially small can be great with social media, or otherwise. For the community particularly among teenagers, social media have to make opium user gone days without opening a social media. While in a fact, teenagers in school trying to find his identity with sebayanya hang out together with friends .This research aims to understand the influence of social media explained about what course the influence of social media for teenagers dimasa it has since then to know what course the influence on teen behavior caused by the current social media During the research, researchers used a method of the qualitative study because want to learn about a fact; symptoms and events the influence of social media against teen behavior in the field just as there are in the context of space and time as well as environmental situation teenagers naturally. Researchers wanting the results of research in the form of the data that is even more complex on the phenomena that is difficult expressed by a method of quantitative and do not need processing data is statistika. The result of the qualitative study required researchers is in the form of deep information about the influence of social media for teenagers itself.

I. PENDAHULUAN

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya kalangan remaja, media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunaanya tiada hari tanpa membuka media sosial [1].

Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting tentang kegiatan pribadi, curhatannya, serta foto-foto bersama teman. Dalam media sosial siapapun

dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir [2]. Hal ini dikarenakan dalam internet khususnya media sosial sangat mudah memalsukan jati diri atau melakukan kejahatan. Padahal dalam perkembangannya di sekolah, remaja berusaha mencari identitasnya dengan bergaul bersama teman sebayanya. Namun saat ini seringkali remaja beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial maka mereka akan semakin dianggap keren dan gaul [3]. Sedangkan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno atau ketinggalan zaman dan kurang bergaul.

Kata remaja berasal dari kata bahasa latin *adolescere* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah ini mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik [4]. Masa

remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak [5]. Masa remaja merupakan masa transisi sebab pada saat itu, seseorang telah meninggalkan masa kanak-kanak namun ia juga belum memasuki masa dewasa [6]. Kalangan remaja yang menjadi hiperaktif di media sosial ini juga sering memposting kegiatan sehari-hari mereka yang seakan menggambarkan gaya hidup mereka yang mencoba mengikuti perkembangan jaman [7]. Namun apa yang mereka posting di media sosial tidak selalu menggambarkan keadaan *social life* mereka yang sebenarnya. Ketika para remaja tersebut memposting sisi hidup nya yang penuh kebahagiaan, tidak jarang kenyataannya dalam hidup mereka merasa kesepian [8]. Manusia sebagai aktor yang kreatif mampu menciptakan berbagai hal, salah satunya adalah ruang interaksi dunia maya. Setiap individu mampu menampilkan karakter diri yang berbeda ketika berada di dunia maya dengan dunia nyata [9]. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial menjelaskan mengenai apa saja pengaruh media sosial bagi remaja dimasa perkembangannya kemudian untuk mengetahui apa saja pengaruh terhadap perilaku remaja yang disebabkan oleh media sosial saat ini [10].

II. METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang berupa kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbagai macam platform media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook tik tok, telegram, twitter, dan lainnya dapat digunakan di Indonesia. Ini merupakan media sosial yang banyak digunakan di Indonesia awal 2024 (Annur, 2024).

Whatsapp adalah aplikasi yang memungkinkan penggunaannya berbagi file, video, audio, gambar dan dapat melakukan panggilan video dan suara secara gratis (Andamisari, 2021). Aplikasi ini juga menawarkan fitur grup dimana pengguna dapat membuat grup untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga. Whatsapp akan menjadi aplikasi yang banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2024. Mayoritas pengguna internet Indonesia yang berusia 16-64 tahun atau 90,9% merupakan pengguna terdaftar aplikasi whatsapp (Annur, 2024).



Youtube menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk menonton, membuat, dan berinteraksi dengan konten video secara mudah. Pengguna youtube di Indonesia mencapai 98,8%.



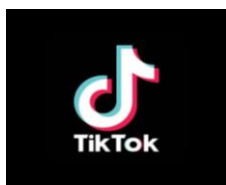
Instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak digunakan Masyarakat Indonesia, dengan 85,3% pengguna (Annur, 2024). Instagram merupakan salah satu media yang memiliki karakter yang menonjol pada tampilan gambar maupun video. Aplikasi Instagram sangat berguna di berbagai momen kehidupan, mengikuti tren, dan dapat digunakan sebagai platform periklanan.



Facebook merupakan suatu aplikasi media sosial yang saat ini sangat digemari oleh banyak kalangan pria ataupun Wanita, muda ataupun tua, dan juga kalangan ekonomi bawah hingga atas. Facebook merupakan media sosial ketiga yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia, dengan pengguna 81,6% (Annur, 2024).



Tiktok adalah media sosial yang paling banyak digunakan Masyarakat Indonesia dari berbagai segmen. Aplikasi media sosial ini berasal dari tiongkok yang dirilis pada setember 2016 yang merupakan jejaring sosial dan platform video musik. Saat ini, tiktok tidak hanya sebagai media hiburan, akan tetapi dapat dimanfaatkan sebagai tempat promosi. Pengguna tiktok di Indonesia mencapai 73,5% (Annur, 2024).



Line adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti smarphone, laptop, dan komputer. Berikut adalah fitur line dan kelebihan aplikasi line komunikasi gratis, fitur stiker, grup obrolan, timeline dan homepage, pengiriman media atau audio, line bank, dan lainnya. Di Indonesia pengguna aplikasi line mencapai 72%.



Shopee adalah platform e-commerce yang berbasis mobile yang memudahkan pengguna dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus melalui perangkat komputer. Aplikasi ini memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta memfasilitasi pembeli dengan roses pembayaran yang aman dan pengaturanyang terintegrasi. Shopee juga memiliki logo yang mewakili suatu arti dari Perusahaan. Penggunaan shopee di Indonesia berada di 64%.

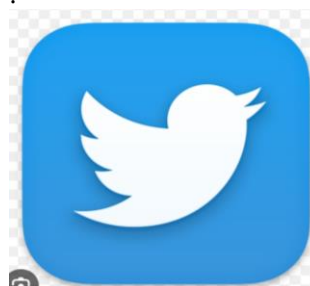


Telegram memungkinkan pengguna membuat saluran dan grup serta berbagi foto, file, video, dan pesan,. Selain itu, telegram juga menawarkan opsi untuk mengirim pesan terenkripsi end-to-end yang berguna untuk privasi dan

keamanan. Di Indonesia, proporsi pengguna aplikasi telegram sebesar 61,3% (Annur, 2024).



Twitter memungkinkan pengguna untuk mengiri tweet, yakni pesan singkat dengan batas karakter, dan mengikuti akun orang lain. Twitter sangat berguna untuk mendapatkan informasi terkini, mengikuti tren terbaru, dan dijadikan sebagai media promosi. Di Indonesia, pengguna aplikas twitter mencapai 57,5% (Annur, 2024).



Dari hasil pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar menggunakan google form didapatkan responden sebanyak 21 orang dengan hasil sebagai berikut:

Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Sering	18	85,7%
Sering	3	14,3%
Jarang	0	0%
Tidak Pernah	0	0%
Total	21	100%

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 18 orang (85,7%) menyatakan sangat sering menggunakan media sosial, 3 orang (14,3%) menyatakan sering menggunakan media sosial, dan tidak ada

orang yang jarang ataupun tidak pernah menggunakan media sosial. Hal ini menandakan banyak orang yang sangat sering menggunakan media sosial.

	<i>Frekuensi</i>	<i>Presentase (%)</i>
TK	1	4,8%
SD	15	71,4%
SMP	5	23,8%
SMA	0	0%
Total	21	100%

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 1 orang (4,8%) menggunakan media sosial sejak TK, 15 orang (71,4%) menggunakan media sosial sejak SD, 5 orang (23,8%) menggunakan media sosial sejak SMP, dan tidak ada orang yang menggunakan media sosial sejak SMA.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 16 orang (76,2%) sering menggunakan Instagram, 14 orang (66,7%) sering menggunakan Tiktok, 10 orang (47,6%) sering menggunakan Twitter, 12 orang (57,1%) sering menggunakan Youtube, 1 orang (4,8%) sering menggunakan Line, dan 1 orang (4,8%) sering menggunakan Shopee.

<i>Pernyataan</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase (%)</i>
Sangat Setuju	3	14,3%
Setuju	14	66,7%
Netral	4	19%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	21	100%

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 3 orang (14,3%) sangat setuju bahwa media sosial bisa mengganggu jam tidur, 14 orang (66,7%) setuju bahwa media sosial bisa mengganggu jam tidur, 4 orang (19%) netral bahwa media sosial bisa mengganggu jam tidur, dan tidak ada orang yang tidak setuju atau sangat tidak setuju bahwa media sosial bisa mengganggu jam tidur.

<i>Pernyataan</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase (%)</i>
Sangat Setuju	8	38,1%
Setuju	11	52,4%
Netral	2	9,5%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	21	100%

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 8 orang (38,1%) sangat setuju bahwa media sosial mempengaruhi konsentrasi produktivitas dalam belajar, 11 orang (52,4%) setuju bahwa media sosial mempengaruhi konsentrasi produktivitas dalam belajar, 2 orang (9,5%) netral bahwa media sosial mempengaruhi konsentrasi produktivitas dalam belajar, dan tidak ada orang yang tidak setuju ataupun sangat tidak setuju bahwa media sosial mempengaruhi konsentrasi produktivitas dalam belajar.

<i>Pernyataan</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase (%)</i>
Instagram	16	76,2%
Tiktok	14	66,7%
Twitter	10	47,6%
Youtube	12	57,1%
Line	1	4,8%
Shopee	1	4,8%
Total	21	100%

Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	28,6%
Setuju	8	38,1%
Netral	6	28,6%
Tidak Setuju	1	4,8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	21	100%

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 6 orang (28,6%) sangat setuju bahwa media sosial menjadi salah satu faktor orang mengalami stress atau kecemasan yang disebabkan oleh interaksi atau konten di media sosial, 8 orang (38,1%) setuju bahwa media sosial menjadi salah satu faktor orang mengalami stress atau kecemasan yang disebabkan oleh interaksi atau konten di media sosial, 6 orang (28,6%) netral bahwa media sosial menjadi salah satu faktor orang mengalami stress atau kecemasan yang disebabkan oleh interaksi atau konten di media sosial, 1 orang (4,8%) tidak setuju bahwa media sosial menjadi salah satu faktor orang mengalami stress atau kecemasan yang disebabkan oleh interaksi atau konten di media sosial, dan tidak orang yang sangat tidak setuju bahwa media sosial menjadi salah satu faktor orang mengalami stress atau kecemasan yang disebabkan oleh interaksi atau konten di media sosial.

Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	19%
Setuju	4	19%
Netral	9	42,9%
Tidak Setuju	3	14,3%
Sangat Tidak Setuju	1	4,8%
Total	21	100%

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 4 orang (19%) sangat setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri yang sebenarnya, 4 orang (19%) setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri yang sebenarnya, 9 orang (42,9%) netral bahwa responden merasa

lebih asik di media sosial daripada diri yang sebenarnya, 3 orang (14,3%) tidak setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri responden yang sebenarnya, 1 orang (4,8%) sangat tidak setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri responden yang sebenarnya.

Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	1	4,8%
Setuju	10	47,6%
Netral	8	38,1%
Tidak Setuju	1	4,8%
Sangat Tidak Setuju	1	4,8%
Total	21	100%

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 1 orang (4,8%) sangat setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, 10 orang (47,6%) setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, 8 orang (38,1%) netral bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, 1 orang (4,8%) tidak setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, dan 1 orang (4,8%) sangat tidak setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden. Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pendapat Bahwa Responden Bisa Disebut Sebagai Pecandu Media Sosial Pernyataan Frekuensi Persentase (%) Sangat Setuju 1 4,8% Setuju 12 57,1% Netral 6 28,6% Tidak Setuju 1 4,8% Sangat Tidak Setuju 1 4,8% Total 21 100% Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 1 orang (4,8%) sangat setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 12 orang (57,1%) setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 6 orang (28,6%) netral bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 1 orang (4,8%) tidak setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 1 orang (4,8%) sangat tidak setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial.

IV KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat kami ambil dari hasil observasi ini yaitu sebagian besar remaja Indonesia merasa media sosial menjadi hal yang membuat candu. Selain itu, penggunaan media sosial dapat mempengaruhi persepsi

terhadap diri seseorang. Remaja Indonesia juga menganggap bahwa penggunaan media sosial dapat mengganggu jam tidur dan psikis seseorang dan beberapa dampak buruk lainnya. Dari hal tersebut kami berharap, pengguna media sosial dapat mengontrol penggunaan media sosial dengan baik dan tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, teman-teman sekelas, dan keluarga atas dukungan serta bimbingan yang telah diberikan selama penulisan artikel ini. Kami sangat menghargai arahan dan motivasi yang telah membantu kami menyelesaikan penelitian. Semoga artikel ini bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih atas semua dukungan yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Feronika W, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja," 2021.
- [2] A.Rafiq, "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat," 2020.
- [3] F. N, "Pengaruh Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat," 2021 .
- [4] M. F, "Dampak Medi Sosial Bagi Remaja," 2021 .
- [5] C. A, "Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," 2021 .
- [6] A. Z, "Pengaruh Penggunaan Sosial Media Tiktok Terhadap Perilaku Remaja Berusia 12–15 Tahun," 2023.
- [7] N. Rn, "7 Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja," 2019 .
- [8] R. Ferlitasari, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi Pada Rohis Di Sma Perintis 1 Bandar Lampung," 2020.
- [9] M. Rifki, "Edukasi Bahaya Media Sosial Pada Remaja.," 2022.
- [10] N. Maghfirah, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Dan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Phubbing," 2022.
- [11] Baiq Khaerunnajah, "The Use Of Sosial Media During The 2024 Election To Influence National Integrition," 2024.