



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA :

Damayanti Wardyaningrum, SE, M.Si

SEBAGAI :

PEMAKALAH

DALAM ACARA


**SEMINAR BESAR NASIONAL KOMUNIKASI & KONGRES VI
IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA**

PADANG, 25 - 27 NOVEMBER 2013



iski

DR. SUPRAWITO, M.SI
KETUA ISKI



DR. ENDAH MURWANI, M.SI
KOORDINATOR PANITIA SEMINAR

Prosiding Seminar Besar Nasional Komunikasi
Padang, 26-27 November 2013

KOMUNIKASI @2014

Komunikasi dan Pemilihan Umum 2014 :
Persiapan, Pelaksanaan, dan Masa Depan

ISBN 978-602-14699-0-3

Diselenggarakan oleh :



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

Didukung oleh :

KOMPAS

Prosiding Seminar Besar Nasional Komunikasi

KOMUNIKASI @2014

**Komunikasi dan Pemilu 2014 : Persiapan, Pelaksanaan dan Masa Depan
Padang, 26-27 November 2013**

Tim Reviewer :

Dr. Endah Murwani, M.Si

Dr. Irwansyah, M.A

Dr. Mulharnetti Syas, M.Si

Dr. Eni Maryani, MSi

Dr. Eko Harry Susanto, MSi

Sri Hastjarjo, S.Sos, Ph.D

Editor :

Dr. Endah Murwani, M.Si

Dr. Rajab Ritonga, M.Si

Ade Kadarisman, S.Sos, MT

Diterbitkan oleh :

Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

Jl. Raya Boulevard Blok CB no 1 Kelapa Gading

Jakarta Utara 14250

ISBN : 978-602-14699-0-3

DAFTAR ISI

KOMUNIKASI DAN KEPEMIMPINAN @2014	HAL 19
KOMUNIKASI BERBASIS MODAL SOSIAL : MENISCAYAKAN KEPEMIMPINAN INDONESIA MASA DEPAN Wisnu Widjanarko	HAL 21
TANTANGAN DAN KARAKTER PEMIMPIN 2014 Dwi Purbaningrum	HAL 28
KOMUNIKASI POLITIK PEMIMPIN MASA DEPAN YANG BERKARAKTER Suraya	HAL 34
RAGAM KOMUNIKASI POLITIK "NJAWANI" MENJELANG PEMILU 2014 Dr. Bertha Sri Eko M, Dr. Titi Widaningsih	HAL 41
KEPEMIMPINAN DI ERA DIGITAL MENUJU MASYARAKAT MADANI Sri Sedyaningsih	HAL 50
KOMUNIKASI, PENCITRAAN, DAN KEPEMIMPINAN @2014 Dr Nur Kholisah	HAL 57
KOMUNIKASI, KEPEMIMPINAN DAN POLITIK KEKERABATAN DALAM PERSPEKTIF BIROKRASI IDEAL Dr Ani Yuningsih, M.Si	HAL 64
PEMIMPIN, KOMUNIKASI POLITIK DAN PENGARUH SOSIAL MEDIA Indiwan Seto Wahyu Wibowo	HAL 71
GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN Djudjur Luciana Radjaguguk S.Sos., M.Si	HAL 79
QUO VADIS KOMUNIKASI KEPRESIDENAN ? Doddy Salman	HAL 86

GAYA KOMUNIKASI JOKOWI SEBAGAI PEMIMPIN INDONESIA	HAL 92
HH.Daniel Tamburian,S.Sos.,M.Si	
PEMILIH PEMULA, MEDIA SOSIAL, DAN PEMIMPIN LOW POWER DISTANCE	HAL 99
Yugih Setyanto & Riris Loisa	
KOMUNIKASI MEDIA DAN PENGARUH @2014	HAL 105
DINAMIKA BERITA POLITIK MENJELANG PEMILU 2014 (STUDI ANALISIS FRAMING BERITA VERIFIKASI PARTAI POLITIK PESERTA PEMILU TAHUN 2014 DI SURAT KABAR KOMPAS DAN REPUBLIKA)	HAL 107
Dr.Dedeh Fardiah,M.Si.	
PERSEPSI PEMILIH TERHADAP BERITA KAMPANYE MELALUI MEDIA CETAK LOKAL DI SUMATERA BARAT DALAM PILKADA DI KOTA PADANG TAHUN 2013	HAL 113
Dr. Asmawi, MS, Yuliandre Darwis Ph.D, Elva Ronaning Roem, M.Si	
STRATEGI KOMUNIKASI TANGSEL POS DAN CALON LEGISLATIF DALAM MENGONSTRUKSI REALITAS SOSIAL ATAS ISU KRUSIAL	HAL 123
Dr. Armawati Arbi M.Si.	
TELEVISI DAN INTERNET DALAM KOMUNIKASI POLITIK PEMILU 2014	HAL 133
Isnawijayani	
DIGITALISASI PENYIARAN DI INDONESIA @ 2014 : PERSOALAN SEKARANG DAN MASA DEPAN	HAL 141
Rahayu	
UU RTRI: SOLUSI RRI-TVRI MENYAMBUT PEMILU	HAL 160
Masduki	
BEBERAPA CATATAN PENTING TENTANG UU PENYIARAN	HAL 157
Nina Muthmainnah Armando	

MEMPERJUANGKAN HAK PUBLIK : PELANGGARAN KAMPANYE DI TELEVISI DAN KETIDAKBERDAYAAN PPI Puji Rianto	HAL 163
DIGITALISASI TELEVISI DI INDONESIA : PELUANG DAN ANCAMAN TERHADAP DEMOKRASI Iwan Awaluddin Yusuf	HAL 169
PEMBERITAAN PEMILU 2014 DI MEDIA MASSA : TINJAUAN ETIKA JURNALISTIK Mulharnetti Syas	HAL 176
KEPEMILIKAN MEDIA DAN INDEPENSI WARTAWAN Turnomo Raharjo	HAL 185
KEPEMILIKAN MEDIA DAN URGENSI JURNALISME DAMAI Farid Rusdi,S.Si.,M.Si	HAL 191
PERUBAHAN KONSEP BISNIS MEDIA DI INDONESIA Yuli Nugraheni S.Sos., M.Msi, Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom	HAL 198
KEPEMILIKAN MEDIA DAN PENCITRAAN KANDIDAT PEMILU PRESIDEN 2014 Sevly Eka Putri	HAL 203
TELEVISI DAN POPULARITAS POLITISI Rahmat Edi Irawan, S.Pd, M.IKom	HAL 214
PENCITRAAN MELALUI MEDIA DAN ELEKTABILITAS PARTAI POLITIK GUNTUR WIDIANTO, NUR AFIFAH PUTRI	HAL 219
MANAJEMEN PARTISIPATIF RADIO KOMUNITAS DI DAERAH PANTURA JAWA BARAT Mochamad Rochim, Nova Yuliati, dan Dede Lilis Ch	HAL 225
FAKTOR PENYEBAB PEMILIHAN DAN PENOLAKAN IKLAN POLITIK Inge Hutagalung	HAL 232

PILIHAN PARTAI DAN PILIHAN RAKYAT (MENAKAR KOMUNIKASI POLITIK DAN PELUANG KETERPILIHAN CALON MELALUI IKLAN DAN KAMPANYE POLITIK DALAM PEMILU LEGISLATIF DAN PEMILU PRESIDEN 2014) Dr Lely Arrianiem, M.Si	HAL 240
KAMPANYE TERSELEBUNG (KAJIAN TENTANG KUIS KEBANGSAAN DI RCTI). Anang Masduki	HAL 246
SPEECH ACT DALAM INKONSISTENSI IKLAN KAMPANYE ABURIZAL BAKRIE VERSI PEDAGANG KECIL Endah Purwitasari & Irma Erviana	HAL 252
MEMBANGUN LITERASI IKLAN POLITIK BAGI PEMILIH CERDAS Sri Hastjarjo	HAL 259
PERAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN ELEKTABILITAS INCUMBENT Yesi Puspita, M.Si, Revi Marta, M.I.Kom, Yayuk Lestari, MA	HAL 266
MEDIA BARU SEBAGAI KANAL DEMOKRATISASI Sugeng Wahjudi	HAL 273
MEDIA ONLINE DAN KOMUNIKASI POLITIK TINJAUAN TEORI COMPUTER-MEDIATED-COMMUNICATION (CMC) MELALUI MEDIA BARU MENUJU KEPENTINGAN PEMILU 2014 Lisa Adhrianti, S.Sos, M.Si	HAL 280
KEKUATAN MEDIA MASSA DALAM KOMUNIKASI POLITIK : INTERNET SEBAGAI SEBUAH ALTERNATIF Yasir	HAL 286
NEW MEDIA : POLITICAL PUBLIC RELATIONS & POLITICAL MARKETING PADA PEMILU 2014 Dr Effy Rusfian	HAL 294

INTERNET DAN DEMOKRASI : NEW MEDIA SEBAGAI PENINGKAT PARTISIPASI POLITIK Dani Fadillah	HAL 301
PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MENDORONG PEMUDA UNTUK BERPARTISIPASI PADA PEMILU 2014 Imam Nuraryo	HAL 306
TEKNOLOGI PERSUASI : MEREBut SUARA REMAJA DI MEDIA SOSIAL Rino F Boer	HAL 313
POTENSI MEDIA WEB 2.0 DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK PADA PEMILU 2014 Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom.	HAL 319
ANALISIS KOMUNIKASI MEDIA BARU (SOCIAL MEDIA) WIN-HT MENUJU PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN TAHUN 2014 Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom	HAL 330
MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA BRANDING POLITISI (STUDI TERHADAP AKUN MEDIA SOSIAL PRESIDEN SUSILO BAMBANG YUDHOYONO) Faridian Anshari & Mahendra Prastya	HAL 337
BERWACANA DI RUANG PUBLIK VIRTUAL Rulli Nasrullah	HAL 348
STRATEGI PRESENTASI DIRI CALON PRESIDEN 2014 DI MEDIA SOSIAL TWITTER Endah Murwani & Joice Carol Siagian	HAL 359
MENAKAR KEKUATAN PESAN CALON KANDIDAT PRESIDEN 2014 MELALUI MEDIA SOSIAL Martriana PS, M.Si & Andina Ayu, M.Si	HAL 369
TWITTER, RUANG REDAKSI, DAN PEMILU 2014 Aryo Subarkah Eddyono, M.Si	HAL 377

PEMBINGKAIAN ISU JOKO WIDODO SEBAGAI CALON PRESIDEN PADA KOMPAS ONLINE Ramita Hapsari & Reni Fitriani	HAL 383
KOMUNIKASI DAN PENDAPAT UMUM @2014	HAL 391
MEDIA MASSA, PENGUASA OPINI PUBLIK DALAM ISU POLITIK Sugihandari	HAL 393
SIMBOL-SIMBOL BUDAYA DI RUANG PUBLIK KAMPANYE PILCALEG DI KOTA BAU-BAU M.Najib Husain	HAL 400
KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL KPU DALAM RANGKA SOSIALISASI BAGI PEMILIH PEMULA MENGHADAPI PEMILU 2014 nieke monika kulsum, s.e., m.sl	HAL 407
SELF FULFILLING PROPECHY DALAM JURNALISME BAGI ELEKTABILITAS KANDIDAT POLITIK Wahyuni Choiriyati	HAL 414
POLITIC AWARENESS PEMILIH PEMULA PEMILU 2014 Eni Maryani	HAL 421
@KOMUNIKASI 2014 : DIMANA RUANG BAGI AUDIENCE ? Ignatius Haryanto	HAL 430
PERSEPSI PUBLIK TERHADAP PERAN DAN FUNGSI ANGGOTA DPR RI TAHUN 2009-2014 Harmonis, Octaviana Purnamasari, Sa'diyah El Adawiyah	HAL 434
KAMPANYE DAN KOMUNIKASI POLITIK DALAM PEMILU MELALUI TELEVISI Dicky Andika, M.Si	HAL 446

KOMUNIKASI DAN ISU KRUSIAL @2104	HAL 455
KETIKA MEDIA MELENYAPKAN EKSISTENSI WANITA Sunarto	HAL 457
KESETARAAN GENDER DAN PENINGKATAN PARTISIPASI PEREMPUAN DALAM PRODUKSI PROGRAM TELEVISI Fitria Angeliqa & Cici Eka Iswahyuningtyas	HAL 465
PERJUANGAN POLITIK PEREMPUAN DAN PELUANG CALEG PEREMPUAN DALAM PEMBERITAAN KORUPSI Hadiati, Irwan Abdullah dan Wening Udasmoro	HAL 473
GAMBARAN TOKOH PEREMPUAN DALAM KASUS KORUPSI DI MEDIA MASSA Suzy Azeharie	HAL 480
HUBUNGAN SALING MENGUNCI SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI KORUPSI Antoni	HAL 485
KOMPLEKSITAS PEMBERITAAN TENTANG KORUPSI DI MEDIA INDONESIA : STUDI KASUS GAYUS TAMBUNAN Sumarni Bayu Anita, S.Sos, M.A	HAL 494
OTOKRITIK TERHADAP MEDIA TELEVISI SEBAGAI SUMBER INFORMASI TENTANG KORUPSI Umaimah Wahid, Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari	HAL 501
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU KAMPANYE ANTI KORUPSI KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI INDONESIA Rosidah, Amia Luthfia, Wira Respati	HAL 509
PEMILU 2014 DAN KRISIS KOMUNIKASI KELOMPOK MINORITAS Uwes Fatoni	HAL 521
EGALITARIANISME ETNISITAS DALAM KURSI KEPRESIDENAN Nina Widyawati	HAL 529

LUNTURNYA DISKRIMINASI DALAM MEDIA : CITRA AHOK DALAM PEMBERITAAN MEDIA Theresia Intan	HAL 538
POTRET TIONGHOA DI MEDIA MASSA INDONESIA Eriyanti Nurmala Dewi	HAL 545
DINAMIKA KOMUNIKASI DAN BUDAYA TRANSPARANSI PARTAI POLITIK : KASUS PKS O. Hasbiansyah, Ema Khotimah, Dadi Ahmadi, dan Erik Setiawan	HAL 551
PROFESIONAL KOMUNIKASI DALAM DEMOKRASI MINIMALIS Triyono Lukmantoro	HAL 558
MEWASPADAI KOMODITAS POLITIK PEMILIK MEDIA PRA PEMILU 2014 Gushevinalti	HAL 569
IMPLIKASI CONTENT PROVIDER PADA TELEVISI BERJARINGAN Hedi Pudjo Santosa	HAL 575
MEDIA MASSA, KETERBUKAAN INFORMASI DAN KEKUASAAN NEGARA Eko Harry Susanto	HAL 583
PEMILU 2014 DAN APATISME PEMILIH Karim Suryadi	HAL 591
PERAN KONSTRUKTIF MEDIA DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI POLITIK YANG BERETIKA Eki Baihaki	HAL 599
KEBEBASAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI DI INDONESIA MENJELANG PEMILU 2014 Kusumajanti	HAL 604
MEDIA MASSA LOKAL DAN ISU KONTROVERSIAL : SEBUAH KAJIAN MORFOGENESIS Mulyanti Syas	HAL 612

PERAN MEDIA SEBAGAI BAGIAN EARLY WARNING SYSTEM DALAM PENCEGAHAN KONFLIK SOSIAL	HAL 620
Yohanes Krisnawan	
ETIKA DAN MORAL : PERTARUHAN DAN PERGULATAN POLITIK CALON LEGISLATIF PADA PEMILU 20144	HAL 626
Aziz Taufik Hirzi	
ROKOK MEMBELAH INDONESIA REGULASI KOMPREHENSIF TERHADAP ROKOK AMAT KRUSIAL	HAL 632
Irwan Julianto	
KOMUNIKASI DAN DINAMIKA SOSIAL	HAL 641
PERAN NORMA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN <i>SOCIAL CAPITAL</i>	HAL 643
Reza Safitri, Hasmah Zanuddin	
PENGETAHUAN ORANG TUA MENGENAI MEDIA SOSIAL YANG DIGUNAKAN REMAJA	HAL 653
Damayanti Wardyaningrum	
PEMANFAATAN MEDIA MASSA DI PESANTREN MODERN (<i>ISLAMIC BOARDING SCHOOL</i>) DI JAWA BARAT	HAL 660
Gumgum Gumilar	
WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA	HAL 667
Choirul Fajri	
OPTIMALISASI PELAYANAN PUBLIK DENGAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI MENUJU <i>CYBERCITY</i>	HAL 673
Dra. Lidya Wati Evelina, MM.	
PENGARUH <i>NEW MEDIA</i> TERHADAP PERKEMBANGAN <i>CYBER SOCIETY</i>	HAL 681
Rahmadya Putra Nugraha	

PERSEPSI REMAJA TERHADAP AGENDA MEDIA PROGRAM "BROWNIES" PARTA PORTE TRANS7	HAL 687
Elsya Wulandari, S. Ikom & Risma Kartika, M.Si	
BAHASA VISUAL KARTUN EDITORIAL	HAL 694
Noval Sufriyanto Talani, S.Sn, M.Ds, M.Si	
MEDIA CETAK BERTAHAN HIDUP STRATEGI JAWA POS INDONESIA DAN THE STRAITS TIMES SINGAPURA MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA DARI GEMPURAN MEDIA ONLINE	HAL 702
Irwan Setyawan	
BAGAIMANA MENCIPTAKAN WARTAWAN INVESTIGASI ? STUDI KUALITATIF PADA PERKEMBANGAN KONSEP DIRI WARTAWAN INVESTIGASI DI INDONESIA	HAL 712
Hasyim Widhi Arto Arum Dhita Abdul Karim	
NILAI-NILAI SOSIAL DALAM TAYANGAN HUMOR DI TELEVISI INDONESIA	HAL 723
Rendra Widyatama	
KONVERGENSI KOMUNIKASI BIROKRASI : INTERNAL BERBENAH, EKSTERNAL TUNTUT KETERBUKAAN	HAL 735
Dorien Kartikawangi	
OPTIMALISASI PERAN DAN FUNGSI HUMAS PEMERINTAHAN UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PEMBANGUNAN DI JAWA BARAT.	HAL 743
Diah Fatma Sjoraida, Ilham Gemiharto	
PENINGKATAN KOMPETENSI PROFESI PUBLIC RELATIONS	HAL 752
Dr. Felix Jebarus	
MENGINISIASI NATION BRANDING INDONESIA MENUJU DAYA SAING BANGSA (PERSPEKTIF MAHASISWA INTERNASIONAL INDONESIA)	HAL 759
Dr. Irwansyah, MA	

PENTINGNYA KEMAMPUAN NEGOSIASI BISNIS DALAM MEMASARKAN PRODUK DAN JASA Yusuf Hamdan, Anne Ratnasari, Aziz Taufik Hirzi	HAL 772
REVITALISASI POSYANDU DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI JAWA BARAT Ilham Gemiharto, Diah Fatma Sjoraida	HAL 780
IMPLEMENTASI KEBIJAKAN COMMUNITY DEVELOPMENT PADA INDUSTRI DAN LEMBAGA DI JAWA BARAT SUATU STUDI KUANTITATIF DENGANN MENGGUNKAN TEKNIK ANALISIS JALUR Suwandi Sumartias, Evi Novianti, Kokom Komariah, dan Aat R. Nugraha	HAL 789
KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM MEMBANGUN SUASANA BELAJAR DI SEKOLAH INKLUSIF Ike Junita Triwardhani	HAL 799
PENCARIAN INFORMASI KESEHATAN BERBASIS TANAMAN OBAT KELUARGA MELALUI SALURAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI PROVINSI JAWA BARAT Dr. Iriana Bakti, M.Si, Dr. Evie Ariadne Shinta Dewi, M.Pd., Drs. Rosnandar Romli, M.Si., Heru Ryanto Budiana, S.Ag., M.Si.	HAL 806
STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN RRI PADANG PRO 1 FM 97.5 MHZ Elva Ronaning Roem, Yuliandre Darwis, Lisa Oktaviana	HAL 813
IDEOLOGI DALAM JURNALISME ANTARBUDAYA Kiki Zakiah	HAL 822
SEMIOTIKA PENELITIAN ILMIAH DOSEN Dominiq Tulasi	HAL 833

PENGETAHUAN ORANG TUA MENGENAI MEDIA SOSIAL YANG DIGUNAKAN REMAJA

Damayanti Wardyaningrum

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Al Azhar Indonesia
Kompleks Masjid Agung Al Azhar Jl. Sisingamangaraja Kebayoran Baru
Jakarta Selatan

Telp (021) 724 4456 email : *damayanti@uai.ac.id*

ABSTRAK

Sebagai negara pengguna internet dan ponsel terbesar terbesar di dunia, masyarakat Indonesia memiliki berbagai kompleksitas permasalahan yang menarik untuk dikaji. Diantaranya adalah penggunaan sosial media dikalangan anggota keluarga. Media sosial disatu sisi memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya sementara disisi lain juga dapat merugikan. Dalam beberapa tahun terakhir ini penggunaan sosial media dikalangan anak dan remaja menjadi perhatian dimedia masa terkait dengan hal-hal negatif yang muncul sebagai akibat dari penggunaan sosial media. Sebagai negara berkembang dengan jumlah penduduk usia remaja yang mencapai 30 persen dari jumlah penduduk maka permasalahan remaja dan penggunaan sosial media perlu mendapat perhatian. Selain itu penting sekali perlunya peran orang tua dalam menghadapi berbagai permasalahan yang dihadapi remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengetahuan apa saja yang dimiliki oleh orang tua mengenai sosial media yang digunakan oleh remaja serta berbagai aktivitas yang dilakukan oleh orang tua terkait dengan sosial media yang digunakan oleh remaja. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep karakteristik media, konsep keluarga dan remaja. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara kepada sejumlah orang tua yang memiliki anak remaja pengguna media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya orang tua mengetahui jenis media sosial yang digunakan anak, waktu yang digunakan dalam menggunakan sosial media, dengan siapa saja anak berhubungan di sosial media, apa saja yang dibicarakan dalam sosial media. Orangtua juga menjadi anggota pertemanan remaja di sosial media sebagai fungsi kontrol meskipun remaja pada umumnya tidak menghendaki hal tersebut.

Kata Kunci : Sosial Media, Remaja, Pengetahuan Orang Tua

PENDAHULUAN

Pengguna jejaring sosial menurut data dari ComScore bahwa 33 persen pengguna jejaring sosial di dunia berada di kawasan Asia Pasifik, sementara di Eropa 30 persen, Amerika Utara 18 persen, Amerika Latin 10 persen dan sisanya di kawasan Timur Tengah dan Afrika yang hanya 9 persen (Kompas, 28 Juni 2013).

Sementara data lain menunjukkan bahwa Indonesia kini menduduki posisi keempat dalam jumlah pengguna ponsel dunia, dibawah Cina, India, dan Amerika Serikat. Menurut MobiThinking jumlah pelanggan ponsel di Indonesia mencapai 260 juta (Kompas, Jumat 28 Juni 2013).

Dengan adanya media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *Instagram* dan *Path*, media tersebut berkontribusi dalam peningkatan pengguna ponsel pintar. Pengguna ponsel dapat mengunggah foto-foto, memperbarui status, dan menginformasikan dimana posisinya berada saat itu. Kebutuhan penggunaan media sosial lainnya adalah untuk memperluas pertemanan, promosi usaha dan bisnis, menghimpun gerakan sosial, sarana untuk menggalang dukungan dan simpati atau membangun citra diri. Disisi lain penggunaan media sosial digunakan sekedar untuk mengungkapkan keluhan, ketidakpuasan, sinisme, prasangka, dan memaki-maki pihak lain. Sehingga seringkali media sosial juga beresiko dapat merugikan penggunaannya. Beberapa kasus juga ditemukan dalam penggunaan sosial media oleh anak-anak dan remaja dalam bentuk kasus kriminal, misalnya anak seseorang berhubungan dengan orang yang tidak dikenal melalui sosial media dan kemudian dimanfaatkan untuk hal-hal yang negatif sampai pada tindakan kriminal.

Dengan perkembangan sosial media, maka disadari atau tidak pola komunikasi antara generasi tua dan anak-anak muda saat ini juga mengalami perbedaan. Dengan hadirnya internet, ponsel dan sosial media sebagian diantara orang tua berusaha beradaptasi dan mengikuti kebiasaan yang dilakukan generasi muda yang menyukai sosial media. Sementara sebagian orangtua tidak menggunakan sosial media karena merasa gagap dengan teknologi komunikasi saat ini. Reaksi masyarakat dari terjadinya beberapa kasus tentang dampak negatif dari penggunaan sosial media diantaranya adalah harapan agar orang tua turut mengikuti atau mengawasi aktifitas anak dalam bergaul dengan menggunakan sosial media.

Dari uraian latar belakang tersebut peneliti merasa perlu dilakukan penelitian tentang fenomena penggunaan media sosial ini terutama pada lingkungan keluarga pada khususnya orang tua dan remaja.

KERANGKA TEORI

MEDIA SOSIAL

Beberapa ahli yang mengemukakan definisi mengenai sosial media diantaranya adalah Lon Safko yang menguraikan sebagai berikut :

Social media is only a new set of tools, new technology that allows us to more efficiently connect and build relationships with our customers and prospects. It's doing what the telephone, direct mail, print advertising, radio, television, and billboards did for us up until now. But social media is exponentially more effective.
(Safko, 2010:5)

Sofko juga mengemukakan tentang jaringan sosial sendiri sudah lama muncul sering dengan usia manusia. Setiap individu memerlukan individu lain untuk bersama, berbagi, bertukar pemikiran dan perasaan dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan yang terjadi dalam jaringan sosial adalah kehadiran media sebagai sebuah alat bantu yang digunakan tuk saling terkoneksi, edukasi, saling berinteraksi dan membangun hubungan satu sama lain..

Pendapat lain dikemukakan oleh Mackay dalam Lister (2009) tentang bagaimana kini teknologi internet mempengaruhi aktivitas rutin dalam rumah tangga .Ia mengidentifikasi empat hal yang cukup penting yaitu : 1) pentingnya penggunaan teknologi komunikasi dalam kehidupan domestik dan relasi 2)bagaimana teknologi informasi berimplikasi pada keseimbangan individu dan identitas keluarga 3)relasi antara anggota rumah tangga dengan publik dan ranah pribadi serta 4)bagaimana teknologi komunikasi ditransformasikan dalam proses domestikasi. Lister juga menguraikan lebih jauh bahwa dengan masuknya media baru dalam rumah tangga digambarkan bagaimana teknologi media diadopsi dan digunakan sebagai bentuk dinamika anggota keluarga serta menjadi kebutuhan. Seringkali terjadi negoisasi antara anggota keluarga karena keluarga bukan merupakan lingkungan yang statis.Bahkan sering kali pembelian media baru juga mengganggu belanja dan relasi dalam rumah tangga.

Selain itu sosial media juga memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan media konvensional yaitu berifat interaktif (*interactivity*) danberjaringan (*networked*) ((Lister dkk, 2009). Dalam penggunaan media makasosial media bersifat lebih interaktif dibandingkan dengan media konvensional dimana pengguna media lebih bersifat pasif. Pengguna media sosial lebih terlibat dalam menentukan isi pesan, lebih independen dalam menentukan sumber pengetahuan, media digunakan secara individu, dan lebih banyak pilihan.

Sedangkan dalam konsep berjaringan (*networked*) maka media sosial memungkinkan penggunaanya memiliki akses yang lebih luas namun menjadi lebih terspesialisasi dan tersegmentasi. Begitabanyak komunitas *son line* yang membuka peluang bagi siapa saja menjadi anggota dan memperoleh lebih banyak koneksi yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini berbeda dengan media konvensional yang lebih bersifat masal dan cenderung lebih heterogen.

Terkait dengan teknologi dan maka dalam pandangan peneliti keluarga sebagai sebuah sistem yang terbuka senantiasa mengalami perubahan dan bersifat dinamis maka relasi antar anggota keluarga juga dapat ditentukan oleh teknologi.. Hal ini sejalan dengan teori Ogburn yang dikutip oleh Tangdilintin dalam Ihromi (2004) bahwa bagi peminat studi keluarga terdapat hal yang menarik bahwa sistem keluarga berubah sebagai akibat perubahan teknologi.

Teknologi menentukan hubungan anggota keluarga, termasuk teknologi informasi yang pada saat ini berkembang dengan amat pesat. Disatu sisi teknologi komunikasi mempermudah interaksi antara individu, namun disisi lain teknologi informasi dapat membuat individu mengurangi kontak fisik.

KONSEP REMAJA

Santrock (2003) menyebutkan bawamasa remaja adalah periode perkembangan di mana individu mendesak untuk mendapat otonomi dan berusaha untuk mengembangkan jati diri mereka. Perkembangan otonomi dan jati diri dewasa adalah proses yang panjang, berlangsung paling cepat 10 -15 tahun. Anak-anak yang patuh menjadi tidak patuh. Santrock juga menguraikan lebih jauh bahwa diantara perubahan-perubahan pada remaja, yang dapat mempengaruhi hubungan orang-tua remaja adalah pubertas, penalaran logis yang berkembang, pemikiran idealis yang meningkat, harapan yang tidak tercapai, perubahan disekolah, rekan sebaya, persahabatan, pacaran, dan pergerakan menuju kebebasan.

Dari segi perubahan kognitif, remaja dapat memberikan alasan yang lebih logis pada orangtuanya daripada ketika masih kanak-kanak. Remaja memiliki rasa ingin tahu, seringkali secara mendetail. Misalnya, kenapa mereka mendapat hukuman. Ketika orangtua memberikan alasan yang masuk akal untuk menghukum mereka, kemajuan kognitif remaja dapat memberikan menemukan alasan dari kekurangan tersebut.

Pendapat Burke & Weit yang dikutip oleh Santrock (2003) juga perlu dicermati. Bahwa remaja yang lebih menunjukkan kepuasan terhadap bantuan yang diterima dari orang tua menunjukkan kesejahteraan emosi yang lebih baik. Selain itu remaja dengan hubungan yang aman dengan orangtua mereka mempunyai harga diri yang lebih tinggi dan kesejahteraan emosi yang lebih baik.

Remaja dalam kehidupan sosialnya sangat tertarik kepada kelompok sebayanya sehingga tidak jarang orangtua dinomorduakan sedangkan kelompok dinomorsatukan. Segala hal yang diperbuat remaja ingin sama dengan kelompoknya, jika tidak sama akan merasa hargadirinya turun dan menjadi rendah diri (Zulkifli: 2005). Uraian lebih jauh dikemukakan bahwa dalam kelompok remaja dapat memenuhi kebutuhannya, misalnya kebutuhan dimengerti, kebutuhan dianggap, kebutuhan dianggap, kebutuhan diperhatikan, kebutuhan mencari pengalaman baru, kebutuhan berprestasi, kebutuhan diterima statusnya, kebutuhan harga diri, kebutuhan rasa aman, yang belum tentu diperoleh baik dirumah maupun disekolahnya.

Dalam sebuah penelitian yang mengukur keterikatan remaja dengan orangtua dan teman sebaya ditemukan bahwa remaja yang terikat secara aman dengan orang tua juga terikat secara aman dengan teman sebayanya demikian juga sebaliknya (Santrock 2004). Hal ini juga ditemukan pada hubungan anak dan orang tua yang aman pada saat kecil lebih cenderung memiliki hubungan yang terikat lebih aman dengan teman, sahabat, pacar dan pasangan.

Pendapat ini menurut peneliti dapat didukung oleh penjelasan Adam yang dikutip oleh Suleman dalam Ihromi (2004) yang mengemukakan bahwa ikatan kekerabatan anggota keluarga kelas bawah lebih kuat karena tinggal berdekatan satu sama lain, dan lebih banyak melakukan interaksi dengan kerabat mereka daripada masyarakat kelas menengah.

Hal lain yang sering muncul dalam hubungan orangtua dan remaja adalah potensi konflik yang mungkin timbul. Dharmayanti Lubis yang dikutip oleh Setyawati dalam Ihromi (2004). Menjelaskan bahwa konflik yang timbul antara orangtua-remaja disebabkan remaja sedang berada pada masa penyesuaian dengan tuntutan lingkungannya yang baru dan lebih dari sekedar lingkungannya yang baru dan lebih luas dari sekedar lingkungan keluarga, sesungguhnya sedang membentuk citra diri yang memenuhi syarat untuk memasuki masa dewasa. Unsur-unsur yang mempengaruhi antara lain seperti perubahan jasmaniah, hubungan dengan orang tua, hubungan dengan teman seusia, perkembangan kognitif-intelektual dan identitas pribadi.

Dalam kaitan dengan penggunaan sosial media oleh remaja maka sosial media merupakan teknologi yang membantu memberikan kemudahan bagi remaja dalam memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan akan kehadiran kelompok, meningkatkan interaksi dengan teman-teman, menunjang harga diri, selain fungsi media sebagai alat untuk memperoleh informasi dan hiburan.

Remaja juga menjadikan kelompok atau teman sebaya sebagai model dalam menggunakan jenis sosial media. Pendapat teman sebaya dan aktivitas bersama dalam menggunakan sosial media akan menjadi pilihan bagi remaja. Remaja menghabiskan waktu lebih banyak dengan rekan sebaya mereka daripada ketika masih kanak-kanak, dan mengembangkan persahabatan yang lebih rumit daripada saat masa kanak-kanak. Pada masa ini orangtua diminta beradaptasi dengan perubahan dunia sekolah remaja, hubungan dengan teman sebaya, dan dorongan untuk mendapat kebebasan. (Hill dalam Santrock 2003).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan terhadap sejumlah orang tua yang memiliki anak usia remaja dan aktif menggunakan media sosial. Orangtua adalah termasuk kelas menengah, pihak orangtua ayah bekerja di swasta dan instansi pemerintah serta diantaranya ada yang memiliki usaha sendiri. Pihak orangtua ibu umumnya adalah iburumah tangga. Pertanyaan wawancara yang diajukan pada orangtua seputar penggunaan media sosial oleh remaja yang berkaitan dengan konsep interaktifitas dan berjejaring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, informan orang tua yang diwawancarai terdiri dari 6 orang yaitu 3 orang ayah dan 3 orang ibu. Usia informan antara 46-56 tahun. Rata-rata memiliki 3 orang anak diantaranya berusia remaja. Informan ayah bekerja di perusahaan swasta dan pegawai swasta, dan informan ibu adalah ibu rumah tangga. Orang tua hampir semua memiliki facebook walaupun hanya beberapa yang aktif minimal seminggu sekali. Media sosial lainnya yang digunakan oleh informan ayah adalah email, sementara beberapa dari orang tua memiliki *twitter* meskipun tidak aktif. Media konvensional yang digunakan ayah adalah koran, majalah dan radio. Sementara informan ibu cenderung menyukai tontonan televisi dan radio. Diantara informan ayah sudah mulai meninggalkan media konvensional dan beralih ke media *on line* untuk memperoleh berita dan informasi.

INTERAKTIF

Pada umumnya orang tua mengetahui jenis media sosial yang digunakan oleh anak-anak remaja mereka yaitu Facebook dan twitter. Sebagian besar orang tua mengetahui media sosial yang digunakan oleh anak remajanya namun tidak mengetahui persis siapa saja teman atau pihak-pihak yang berhubungan dengan anak remaja. Orang tua menganggap bahwa mereka menghargai privasi masing-masing, sehingga merasa tidak perlu sampai mengetahui secara mendetail siapa saja yang menjadi teman anak remaja mereka di social media. Diantara mereka ada yang sesekali membuka ponsel anaknya dan membaca sepiintas pesan-pesan yang tertera dalam ponsel serta foto-foto didalamnya.

Dua diantara para orangtua ada yang mengetahui persis siapa saja pihak-pihak yang berhubungan dengan anak-anaknya di media sosial. Informasi diperoleh dari perbincangan dengan anak-anak remajanya atau koneksi orang tua ke *facebook* anaknya minimal satu minggu sekali. Bahkan salah seorang dari informan orang tua juga menjadi teman dengan teman-teman anak remaja mereka. Namun mereka menyadari bahwa sesungguhnya anak merasa kurang nyaman ketika orang tua mereka ikut serta dalam jaringan pertemanan di media sosial

Topik yang umumnya dibicarakan oleh anak-anak remaja di media sosial umumnya adalah masalah pertemanan, sekolah dan sejenisnya. Games juga menjadi pilihan remaja dalam menggunakan media sosial serta akses untuk memperoleh lagu-lagu terkini. Diantara orang tua mengetahui aktifitas belanja online yang dilakukan oleh anak remajanya meskipun hal tersebut jarang dilakukan.

Remaja umumnya menggunakan media sosial hampir sepanjang hari. Bahkan pada saat dirumah banyak waktu yang dihabiskan oleh remaja untuk menggunakan sosial media. Orang tua menyadari bahwa telah terjadi perubahan pola komunikasi dengan adanya sosial media. Remaja nampak memiliki dunia sendiri, cenderung kurang peduli dengan lingkungan sekelilingnya dan tidak banyak waktu untuk berinteraksi dengan keluarga saat berada dirumah. Diantara salah seorang informan orang tua bahkan menyebutkan bahwa anaknya berada pada kondisi ketagihan menggunakan ponsel.

BERJARINGAN (*NETWORKED*)

Remaja umumnya menggunakan sosial media untuk berhubungan dengan teman-teman sekolah, teman-teman kelompok yang memiliki hobi atau minat yang sama. Sedangkan pada jaringan keluarga baik keluarga inti maupun keluarga besar jumlah anggota dan intensitas hubung remaja dengan kelompok tersebut relatif lebih sedikit.

Dalam pengamatan orangtua umumnya remaja tidak terlalu banyak memiliki hubungan dengan jaringan baru, seperti misalnya komunitas baru diluar teman sekolah, teman bermain atau keluarga. Jika remaja memiliki kaitan dengan individu atau kelompok lain melalui sosial media maka umumnya tidak bersifat intens dan hanya sebagai anggota baru yang tidak aktif. Hal inipun diketahui orangtua dari perbincangan dengan remaja, tanpa mengetahui secara detail isi sosial media yang digunakan oleh anak. Orang tua umumnya tidak mengetahui secara persis komunitas baru apa saja yang remaja menjadi anggota didalamnya.

Pada umumnya orangtua memahami penggunaan media sosial yang digunakan oleh anak remaja mereka saat ini. Meskipun banyak aktivitas remaja yang tersita karena penggunaan media sosial tersebut, namun orangtua menyadari bahwa media sosial adalah hal yang tidak bisa dihindari. Segi positif dari penggunaan media sosial menurut orang tua adalah menambah wawasan anak dan memperluas pergaulan. Disisi lain hampir semua orang tua menyadari akan dampak negatif dari penggunaan media sosial misalnya jika digunakan untuk memperoleh informasi yang negatif seperti pornografi, penyebaran ideologi dan konflik dengan teman. Bahkan salah seorang dari orang tua menyebutkan bahwa penggunaan media sosial berbahaya karena membaca beberapa kasus penculikan karena koneksi di sosial media akhir-akhir ini.

Orang tua umumnya memiliki kekhawatiran tentang penggunaan media sosial oleh para anak remajanya. Sehingga meskipun menyadari akan manfaat penggunaan social media dan percaya terhadap anak remajanya, namun para orang tua senantiasa berusaha memonitor anak remajanya dengan menyampaikan tentang hal-hal negatif yang bisa saja terjadi dari penggunaan social media yang salah. Selain itu kekhawatiran orangtua mengenai waktu anak yang berkurang untuk belajar.

Peneliti menyampaikan terimakasih kepada LP2M (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Al Azhar Indonesia atas dukungan penuh dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Lon, Safko, (2010), *Social Media Bible Tactics, Tools, and Strategies For Business Succes*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lister M, et al. (2009). *New Media : A Critical Introduction*. 2nd Edition. Routledge.
- Galvin, Kathleen M & Bernard J, Brommel, (1986), *Family Communication: Cohesion and Change*, Scott, Foresman and Company, England.
- Miller, Katherine, (2005). *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Context*, International Edition, McGraw-Hill Inc, Asia
- Segrin, Chris and Flora Jeanne, (2005) *Family Communication*, Lawrence Erlbaum Associates, United States of America
- Santrock, John W, (2003) *Adolescence, Perkembangan Remaja*. Jakarta, Erlangga
- Zulkifli, (2005), *Psikologi Perkembangan*, 2006, Bandung Remaja Rosdakarya,
- Ihromi T.O, (2004), *Sosiologi Keluarga*, Jakarta Yayasan Obor Indonesia