

“TOTALITAS” KONTEN SOSIAL MEDIA REMAJA DI KOTA BENGKULU

Fitria Yuliani, Suryadi

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: fitria@umb.ac.id

ABSTRAK

Respon publik menjadi motivasi tersendiri bagi pengguna sosial media dalam menampilkan dan atau membagikan konten pribadi dalam akun sosial media mereka, tidak jarang segala hal dilakukan pengguna untuk dapat menjadi *viral*. Tidak sedikit pengguna yang secara totalitas memproduksi konten, baik dari segi konsep, peralatan yang digunakan, maupun materi yang dikeluarkan demi menghasilkan konten sesuai dengan yang diharapkan. Totalitas secara positif akan menghasilkan produksi konten yang bagus dan dapat menarik perhatian publik. Namun pada kenyataannya tidak sedikit pengguna sosial media yang “*over*” totalitas dalam memproduksi konten, berlebihan dan menghalalkan segala cara agar dapat *viral* melalui konten yang mereka bagikan kepada publik melalui sosial media.

Fenomena tersebut menarik untuk diteliti dengan fokus pada remaja yang penggunaan sosial medianya didasari oleh pola pikir dan keinginan untuk mengikuti tren perkembangan zaman. Karena pada masa remaja itu sendiri proses peralihan dari anak-anak ke dewasa membuat remaja membutuhkan perhatian yang lebih, apresiasi atas diri, maupun pengakuan atas identitas, sehingga respon publik menjadi sesuatu yang bernilai. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tentang sejauh mana “totalitas” remaja khususnya di kota Bengkulu dalam memproduksi konten sosial media, apakah totalitas yang dilakukan lebih mengarah pada hal yang positif, ataupun negatif, apa yang mendasari, dan apa pengharapan nilai dari “totalitas” yang dilakukan remaja tersebut dalam memproduksi konten sosial media. Sehingga penelitian ini menghasilkan pemahaman tentang seberapa besar peran sosial media bagi remaja di Kota Bengkulu, serta pemahaman tentang seberapa tinggi tingkat literasi media remaja yang tampak dari pemanfaatan sosial media yang lebih mengarah pada pemanfaatan yang positif ataupun pemanfaatan yang negatif.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana data penelitian dikumpulkan melalui teknik wawancara dan studi kepustakaan. Teknik penentuan informan penelitian dilakukan dengan *Random* sampling. Dimana data yang telah dikumpulkan nantinya dianalisis melalui beberapa tahapan yakni reduksi data, display data dan verifikasi data.

Kata Kunci : *Totalitas, Konten, Sosial Media, Remaja, Bengkulu*

PENDAHULUAN

Sosial media bukanlah hal baru bagi masyarakat, salah satu wujud teknologi komunikasi dan informasi ini bahkan sudah hadir sejak 1840 ditandai dengan kemunculan telegraf yang menghubungkan Amerika Serikat. (Riese, 2016). Yang menjadi hal baru adalah bagaimana sosial media dewasa ini menjadi “*main*” media tidak hanya bagi kebanyakan individu masyarakat, tetapi juga bagi lembaga baik pada sektor formal maupun informal. Berdasarkan data survey berkala *Hootsuite* dapat diketahui bahwa sosial media saat ini tengah menduduki puncaknya dan memiliki kontribusi paling besar dalam penggunaan internet di dunia. *Hootsuite* mencatat bahwa di tahun 2021 pengguna internet mencapai 4,66 miliar jiwa dan 4,22 miliar diantaranya adalah pengguna sosial media.

Kemudahan dalam penggunaannya, serta beragam fitur yang memungkinkan banyak hal dapat dilakukan melalui sosial media menjadikan sosial media semakin populer dari waktu ke waktu. Banyak pengguna menghabiskan waktu yang lama dalam mengakses sosial media, membangun kehidupan sosial virtualnya sendiri, serta menjadi bagian dari komunitas yang tanpa disadari

membangun suatu budaya dan kekhasan masyarakat virtual. Tanpa disadari sosial media menjadi bagian dari keseharian individu penggunanya, karena pada dasarnya “*basic*” kehidupan sosial masyarakat adalah interaksi dan komunikasi dimana sosial media mempermudah proses tersebut. Sosial media menyediakan platform yang memfasilitasi interaksi dan komunikasi, dan memodelkan hubungan nyata dalam bentuk virtual (Zaru, 2016).

Ada beragam jenis sosial media, namun dari data *Hootsuite* per Januari 2021 sosial media yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram*, sedangkan *Tiktok* menjadi yang paling banyak di *download* oleh pengguna. Ragam sosial media tersebut memungkinkan penggunanya untuk saling berbagi, melakukan interaksi dan komunikasi dengan mudah dan cepat, bahkan memungkinkan penggunaannya untuk membagikan konten-konten baik foto maupun video dalam akun sosial media pribadi sebagai suatu bentuk identitas, atau eksistensi diri yang berusaha untuk ditampilkan dan dibagikan kepada publik.

Sebagaimana yang dikemukakan Manning (2014) bahwa salah satu fungsi sosial media adalah “identitas”, ketika seseorang menampilkan *profile* mereka di sosial media, mereka menginginkan suatu bentuk refleksi atau respon dari orang lain. Saat individu melihat reaksi terhadap kehadiran mereka di sosial media, individu tersebut akan memandang diri mereka dengan cara yang baru baik secara positif ataupun negatif berdasarkan respon yang mereka terima.

Respon publik menjadi motivasi tersendiri bagi pengguna sosial media dalam menampilkan dan atau membagikan konten pribadi dalam akun sosial media mereka, tidak jarang segala hal dilakukan pengguna untuk dapat menjadi *viral*, memiliki banyak pengikut disosial media, ataupun hanya agar konten mereka banyak disukai melalui jumlah “like” dan komentar yang didapat dari konten yang mereka bagikan. Tidak sedikit pengguna yang secara totalitas memproduksi konten, baik dari segi konsep, peralatan yang digunakan, maupun materi yang dikeluarkan demi menghasilkan konten sesuai dengan yang diharapkan. Totalitas secara positif tentu akan menghasilkan produksi konten yang bagus dan dapat menarik perhatian publik. Namun pada kenyataannya tidak sedikit pengguna sosial

media yang “over” totalitas dalam memproduksi konten, berlebihan dan menghalalkan segala cara agar dapat viral melalui konten yang mereka bagikan kepada publik melalui sosial media. Sebagai contoh trend *challenge* berbahaya yang banyak dilakukan dan ditampilkan sebagai konten di sosial media, konten tidak pantas dan ofensif, konten yang *mereview* barang atau makanan dengan harga yang sangat tinggi, ataupun konten-konten yang menyesatkan demi ketenaran, sehingga resiko berkenaannya dengan hukum bisa saja dihadapi dikarenakan konten yang dihasilkan.

Fenomena tersebut menarik untuk diteliti dengan fokus pada remaja yang penggunaan sosial medianya didasari oleh pola pikir dan keinginan untuk mengikuti tren perkembangan zaman. Karena pada masa remaja itu sendiri proses peralihan dari anak-anak ke dewasa membuat remaja membutuhkan perhatian yang lebih, apresiasi atas diri, maupun pengakuan atas identitas, sehingga respon publik menjadi sesuatu yang bernilai. Peg Streep (2013) seorang pemerhati digital dan remaja mengemukakan bahwa seorang remaja dapat menjadi maniak sosial media dengan alasan untuk mendapatkan perhatian, meminta pendapat, membentuk citra diri,

dan sebagai akibat dari kecanduan sosial media.

Dalam hal ini penelitian terkait fenomena “totalitas” konten sosial media remaja berfokus di Kota Bengkulu. di Bengkulu itu sendiri fenomena berkaitan belum lama terjadi dimana seorang siswa SMA mengunggah video di laman akun sosial media pribadi miliknya (tiktok) dimana dalam video yang diunggahnya, remaja tersebut melontarkan kata-kata tak pantas yang berisi ujaran kebencian terhadap Palestina, sehingga video tersebut menjadi viral bahkan ke tingkat nasional (<https://kompas.tv/article/175132/viral-pelajar-bengkulu-hina-palestina-di-media-sosial>). Trend #fyp atau #foryoupage pada sosial media tiktok biasa disematkan pada video yang diunggah pengguna pada laman sosial media tiktok dengan tujuan agar video yang mereka unggah menjadi viral dan banyak dilihat oleh pengguna lainnya. Ragam jenis konten yang dibuat pengguna pun pada dasarnya diunggah dengan satu tujuan yakni untuk menarik perhatian publik meskipun didasari oleh kepentingan yang berbeda-beda. Oleh karenanya tidak sedikit konten yang dibuat secara totalitas untuk mencapai tujuan tersebut.

Penelitian yang berusaha menganalisis “totalitas” konten sosial media remaja di Kota Bengkulu” pada dasarnya akan menghasilkan jawaban tentang sejauh mana “totalitas” remaja di kota Bengkulu dalam memproduksi konten sosial media, apakah totalitas yang dilakukan lebih mengarah pada hal yang positif, ataupun negatif, apa yang mendasari dan apa pengharapan nilai dari “totalitas” yang dilakukan remaja tersebut dalam memproduksi konten sosial media. Analisis tentang “totalitas” konten sosial media remaja di Kota Bengkulu ini berujung pada pemahaman tentang seberapa besar peran sosial media bagi remaja di Kota Bengkulu, serta pemahaman tentang seberapa tinggi tingkat literasi media remaja yang tampak dari pemanfaatan sosial media yang lebih mengarah pada pemanfaatan yang positif ataupun pemanfaatan yang negatif.

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Sosial Media

Sosial media adalah istilah yang merujuk pada platform media baru dalam bentuk digital yang memungkinkan penggunanya terlibat secara interaktif. Melalui sosial media, penggunanya dapat berinteraksi

dengan satu atau banyak orang dengan mudah, cepat, dan murah. Sosial media juga memungkinkan penggunanya mencari informasi dari banyak sumber dan atau sebaliknya, penggunanya dapat membagikan informasi kepada banyak orang dalam satu waktu (Manning, 2014). Banyak hal yang dilakukan pengguna melalui sosial media layaknya bersosialisasi, bermain game, mengobrol, bergosip, bahkan berbagi informasi penting seperti halnya peluang kerja. (Mishra, 2020).

Manning (2014) mengungkapkan bahwa apabila dibagi ke dalam kelas-kelasnya, sosial media memiliki banyak fungsi yang beragam. fungsi yang pertama adalah identitas. ketika seseorang menampilkan *profile* mereka di sosial media, mereka menginginkan suatu bentuk refleksi atau respon dari orang lain. Saat individu melihat reaksi terhadap kehadiran mereka di sosial media, individu tersebut akan memandang diri mereka dengan cara yang baru baik secara positif ataupun negatif berdasarkan respon yang mereka terima. Fungsi yang kedua, sosial media memungkinkan penggunanya menjalin dan terlibat dalam hubungan dengan cara yang berbeda. Meskipun

banyak wacana yang mengatakan bahwa sosial media layaknya facebook dan twitter narsis dan dangkal, namun penelitian menunjukkan bahwa sosial media mengizinkan orang-orang yang tidak memungkinkan untuk bertemu dapat saling terhubung dan berinteraksi. Banyak pengguna juga mengungkapkan bahwa melalui sosial media mereka dapat menjalin pertemanan dan bahkan menemukan pasangan mereka. Yang ketiga adalah fungsi pekerjaan. Tidak sedikit orang bekerja melalui sosial media mereka, seperti halnya blogger, influencer, dan lain sebagainya. Tidak sedikit pula orang yang memanfaatkan sosial media dalam pekerjaan mereka seperti halnya berinteraksi dengan kolega melalui sosial media. Keempat, media sosial memungkinkan penggunanya untuk mencari informasi atau berbagi ide. Baik informasi politik, isu-isu lokal, ataupun sekedar tips kecantikan. Kelima, berkaitan dengan berbagi informasi, penggunanya juga dapat berbagi pendapat, atau mempertimbangkan pendapat orang lain melalui sosial media.

1.2.Konten Sosial Media

Konten sosial media merujuk pada konten yang dibagikan oleh

individu/user/pengguna ke dalam sosial media. Selain sebagai produser yang memproduksi konten, pengguna sosial juga menjadi konsumen dari konten yang dibagikan oleh pengguna lainnya. Konten-konten tersebut dapat merujuk kepada bentuk video, gambar, testimonial, postingan blog, audio, teks, dan lain sebagainya yang dibagikan di sosial media. Sedangkan beberapa jenis konten sosial media diantaranya yakni :

1. Konten Infografis

Konten infografis di sosial media dapat berupa gambar atau video dengan menggunakan gaya animasi. Sebagian kalangan beranggapan bahwa infografis itu sendiri merupakan cara baru visualisasi data atau visualisasi informasi (Siricharoen, 2013).

2. Konten Visual

Konten visual di sosial media paling sering didapati dan banyak digunakan untuk menarik perhatian audiens. Konten visual ini seperti halnya video yang diunggah pada sosial media youtube dan tiktok, ataupun gambar dan video pada sosial media intagram.

3. Quote

Quote atau kutipan menjadi salah satu jenis konten di sosial media dimana *quote* ini juga dapat ditampilkan dalam bentuk gambar ataupun video. Quote itu sendiri biasanya merupakan ide, gagasan atau pendapat orang yang dianggap menarik dan kemudian dijadikan konten baik dalam bentuk teks, gambar, ataupun video yang dilengkapi dengan audio.

4. Meme

Istilah meme di sosial media merujuk pada penggabungan antara video atau gambar dan teks. Teks disini bisa berupa humor ataupun sarana penyampaian pesan kritis yang kemudian dibagikan dalam bentuk meme dari satu pengguna ke pengguna lainnya melalui sosial media (Shifman, 2013)

1.3.Totalitas

Menurut kamus Bahasa Indonesia, totalitas diartikan sebagai keutuhan atau keseluruhan. Dalam kehidupan sosial, totalitas merujuk pada tingkatan ukuran atas sesuatu yang dilakukan secara total, utuh, menyeluruh dengan ekspektasi tertentu. Seseorang yang melakukan suatu pekerjaan secara totalitas akan

bekerja keras, memberikan usaha yang lebih (*extra effort*), aktif, fokus, memberikan energi terhadap apa yang dikerjakan (Schaufeli dan Bakker, 2004).

Tindakan totalitas atas sesuatu hal atau pekerjaan biasanya didasari oleh suatu pencapaian yang diharapkan, ataupun didasari pengharapan atas nilai. Tindakan totalitas biasanya lekat dengan tindakan yang positif untuk kemudian menghasilkan sesuatu yang positif pula, namun pada dasarnya hal tersebut tergantung pada motif dan tujuan serta tindakan seperti apa yang dilakukan secara totalitas.

1.4. Landasan Teori

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Theory of Reasoned Action dimana Theory of reasoned action ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara sikap dan perilaku dalam kaitannya dengan tindakan manusia, khususnya untuk memprediksi tentang bagaimana individu akan berperilaku berdasarkan sikap dan niat perilaku yang sudah ada sebelumnya. Dengan kata lain bahwa ada “reason” atau alasan atas perilaku dan tindakan seseorang, yang mana

hal tersebut didasari oleh hasil yang diharapkan individu pada masa yang akan datang sebagai akibat dari perilaku atau tindakan yang dilakukannya (Rogers,dkk:2002) Tujuan utama teori ini adalah untuk memahami suatu perilaku dan motivasi yang melatarbelakanginya (Doswell,dkk: 2011).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana penelitian kualitatif berkembang dari proses pencarian dan penangkapan makna dari suatu realitas dan fenomena sosial (Singleton, dkk, 1988) dimana data yang dikumpulkan melalui proses pencarian dan penangkapan makna tersebut berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) ataupun perbuatan manusia (Afrizal:2014). Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian yang berusaha untuk menganalisis tentang sejauh mana “totalitas” remaja di kota Bengkulu dalam memproduksi konten sosial media, apakah totalitas yang dilakukan lebih mengarah pada hal yang positif, ataupun negatif, apa yang mendasari dan apa pengharapan nilai dari “totalitas” yang dilakukan remaja

tersebut dalam memproduksi konten sosial media.

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Random sampling atau sampel random. Informan dalam penelitian ini adalah remaja pengguna sosial media di Kota Bengkulu. Remaja dalam hal ini adalah remaja dalam rentang usia 11-18 tahun sebagaimana Hurlock (1990) yang membagi remaja ke dalam dua masa, yakni masa remaja awal (11/12-16/17 tahun) dan masa remaja akhir (16/17-18) tahun.

Sedangkan pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua teknik yakni :

- a. Wawancara Mendalam, yakni teknik pengumpulan data melalui proses temu muka yang berulang antara peneliti dengan subjek penelitiannya dalam rangka memahami pandangan subyek tentang pengalaman ataupun situasi sosial yang diungkapkan dengan bahasanya sendiri.

- b. Studi Kepustakaan, yakni pengumpulan data-data tertulis seperti halnya data-data yang didapat melalui media, surat menyurat, catatan lapangan, dan lain sebagainya yang digunakan untuk melengkapi data yang dibutuhkan serta pengecekan akan kebenaran dari informasi yang telah didapat sebelumnya melalui teknik observasi dan wawancara.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan selama proses penelitian berlangsung hingga penelitian selesai. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008) :

- a. Reduksi Data.

meliputi proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan.

b. Penyajian Data

Yakni mengelompokkan data yang didapat sehingga membantu peneliti pada tahap analisis atau penarikan kesimpulan

c. Penarikan Kesimpulan

Data yang telah terkumpul dari hasil wawancara dan pengumpulan dokumen dideskripsikan dan dihubungkan dengan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian untuk menghasilkan konsep dan kesimpulan yang dapat menjelaskan tentang bagaimana “totalitas” konten sosial media remaja di kota Bengkulu.

(terjemahan oleh Istiwidayanti).
Jakarta:Erlangga GUNarsa

Manning, J. (2014.) *Social media, definition and classes of.* In K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of social media and politics* (pp. 1158-1162). Thousand Oaks, CA: Sage.

Mishra, Shruti. 2020. *Social Media Marketing.* Jaipuria Institute of Management Lucknow. Researchgate Publication.

Riese, Monica. 2016. *The definitive history of social media.* The Daily Dot.

Rogers Gillmore, Mary; Archibald, Matthew; Morrison, Diane; Wilsdon, Anthony; Wells, Elizabeth; Hoppe, Marilyn; Nahom, Deborah; Murowchick, Elise. 2002. "Teen Sexual Behavior: Applicability of the Theory of Reasoned Action". *Journal of Marriage and Family.* 64 (4): 885–897.

Schaufeli, W.B. & Bakker, A.B. 2004. *Job Demands, Job Resources, and Their Relationship With Burnout and Engagement: a Multi-Sample Study.* *Journal of Organizational Behaviour.*

Shifman, Limor. 2013. *Memes in a Digital World: Renconciling with a Conceptual Trouble Maker.* *Journal of Computer-mediated communication.*

Singleton, Jr, Royce Bruce C. Straits, Margaret M. Straits and Ronald J. McAllister. 1988. *Approaches to Social Research.* New York: Oxford University Press.

Siricharoen, W. V. (2013). *Infographics: The New Communication Tools in Digital Age. The International Conference on E-Technologies and Business on the Web (EBW2013)*

DAFTAR PUSTAKA

Doswell, Willa:Braxter. Betty:Cha, EunSeok: Kim, Kevin (2011). "Testing the Theory of Reasoned Action in Explaining Sexual Behavior Among African American Young Teen Girls." *Journal of Pediatric Nursing.*

Hurlock, E.B. (1990). *Developmental Psychology: A Lifespan Approach*

(pp. 169- 174). Bangkok: University of the Thai Chamber of Comm

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Taylor, SJ dan R Bogdan. 1984. *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings. Second Edition*. John Wiley and Sons. Toronto.

Zaru, AJ. 2016. *Effect of Social Media on Society. International Journal of New Technology and Research (IJNTR) ISSN: 2454-4116, Volume-2, Issue-11, November 2016 Pages 39.*

Sumber Lain

Hootsuite (We Are Social). www.Hootsuite.com

<https://kompas.tv/article/175132/viral-pelajar-bengkulu-hina-palestina-di-media-sosial> diakses_pada 11 Juni 2021 pukul 09.55 wib

Streep, P. (2013). *Four things teens want and need from social media*. <https://www.psychologytoday.com>