
EFEKTIVITAS PENYULUHAN INTERNAL PERILAKU BERMEDIA SOSIAL BAGI REMAJA ISLAM DI KOTA MEDAN

Roydi Nefri

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Universitas Dian
Nusantara
Medan, Indonesia
Roydinefri5@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menstimuli remaja Islam di Kota Medan dalam membangun rasa solidaritas dari individu-individu, menjadi kelompok-kelompok yang menyadari arti pentingnya pemahaman literasi media, kredibilitas penyuluh dan motivasi internal dalam perilaku bermedia sosial. Manfaat tulisan ini dalam rangka membangkitkan respons positif tentang keberadaan media sosial sebagai ruang publik berdasarkan tujuan literasi media, kredibilitas penyuluh dan motivasi internal yang akan menjadi tenaga penyuluh secara pribadi dalam menangkal akses negatif dan mampu memberikan suluh kepada orang lain disekitarnya dalam bermedia sosial. Dalam penelitian ini model dan teknik analisa data menggunakan paradigma konstruktivisme melalui jenis penelitian deskriptif kualitatif pendekatan deskriptif kualitatif.

Kata Kunci : Literasi Media, Kredibilitas Penyuluh, Motivasi Internal.

Pendahuluan

Tujuan komunikasi secara umum adalah untuk mencapai sejumlah perubahan seperti, perubahan pengetahuan (*knowledge change*), perubahan sikap (*attitude change*), perubahan perilaku (*behaviour change*) dan perubahan masyarakat (*social change*). Mengapa komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang berbeda akan memberikan dampak tidak sama. Ya, karena permasalahan kredibilitas sumber. Ketidakpercayaan terhadap penyampai akan berakibat tidak sampainya pesan, walau itu pesan kebaikan. Bahkan, mengapa negara tidak dipercaya dalam informasi di ruang publik?

Secara umum penyampaian pesan sebelum dipahami isi pesannya sudah ditolak, karena objek pesan menolak keberadaan penyampai pesan, masyarakat tidak percaya dengan penyampai, bahkan negara dianggap hanya melakukan propaganda, dan retorika dalam perjalanan sejarah kalam bangsa ini. Bahkan kasus-kasus penolakan itu menjadikan perbedaan yang dipertentangkan mengenai suku, agama, ras dan antar

golongan. Siapa yang menyampaikan pesan, bukan apa dan bagaimana pesan itu dilakukan untuk sampai kepada orang-orang atau kelompok orang yang akan dijadikan objek penyuluhan.

Tenaga penyuluh bisa dideskripsikan sebagai tenaga penjual (*sales*), apa yang dijual, tentu program-program berkait erat dengan tujuan penyuluhan, bisa saja menjual program pembangunan sebagai seorang konsultan pembangunan, menjual produk-produk yang dibutuhkan masyarakat menjadi kegiatan *sales man* dan *sales girl*, menjadi penyuluh pertanian, hingga sampai pada upaya-upaya penanggulangan masalah kebangsaan yang saat ini yang harus dilakukan mengenai penguatan Pancasila dan menjadikan literasi media sebagai pilihan bijak bagi para generasi digital di dalam ruang publik.

Fenomena kebutuhan akan penyuluhan semakin mengemuka diberbagai kejadian sosial belakangan ini, tidak tanggung-tanggung tokoh nasional mulai dari kiyai, dan mantan pejabat tinggi negara menyuarakan hal yang sama, kebutuhan akan suluh. Tugas dan pelaksanaan fungsi-fungsi yang secara sederhana dalam kehidupan dan kearifan lokal bersandar pada keinginan untuk saling asa, asih, dan asuh. Yang belakangan luntur diterpa konsep hedonisme, dan individualitas, melawan konsep sederhana, dan kolektivitas dalam kehidupan sosial.

Tidak salah, karena memang gerakan-gerakan penyuluhan tentang kehidupan media massa yang sehat dan positif dalam perilaku saat ini dirasa sangat dibutuhkan. Tapi, itu harus menyertakan daerah, dengan berbagai nilai kearifan lokal hingga menjadi kebijaksanaan komunikasi lokal secara implisit, tidak tertulis memang, akan tetapi terjaga dan tertata dengan baik dalam pembangunan sikap mental. Kegelisahan para elite, dengan berbagai fasilitas negara yang akan menyertai mereka dalam tugas-tugas penyuluhan kehidupan kebangsaan, terlalu mahal dan jauh dari capaian maksimal jika hanya dilakukan oleh sekelompok orang saja, walau mereka memiliki nilai kredibilitas tinggi. Harus ada pemikiran untuk menyertakan kesadaran masyarakat secara massif untuk menjadi suluh bagi dirinya sendiri melalui gerakan-gerakan sosial tersebut, terutama bagi pelajar Islam di Kota Medan, khususnya mereka yang berdomisili di Kecamatan Medan Denai, dengan 6 (enam) kelurahan terdiri dari 142. 571 jiwa (data BPS Kota Medan, Tahun 2015).

Tanggung jawab penyuluhan tentang literasi media untuk menghindarkan remaja Islam menjadi korban ketidakmampuan menggunakan media sosial sebagai ruang publik yang harus menghormati perbedaan, baik suku, agama, ras dan antar golongan harus menjadi perhatian serius. Hingga tenaga penyuluh baik orang tua, guru, dan bahkan tokoh masyarakat di Kecamatan Medan Denai, dan di masing-masing

Kelurahan dapat dimaksimalkan perannya. Maksimalisasi peran dan kedudukan orang tua, guru, dan tokoh masyarakat sebagai pendidik dan pengajar secara formal dan informal, sebagai penyuluh yang dipercaya remaja Islam. Hingga mereka mampu bertanggung jawab terhadap perilaku mereka dalam menggunakan media sosial dengan motivasi internal yang baik, memahami konsep literasi media, serta memiliki kepercayaan terhadap tenaga penyuluh, yang terdiri dari orang tua, guru, dan tokoh masyarakat di sekitar lingkungan mereka.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa pada jangka panjang kemampuan penyuluhan akan menjadi milik setiap pribadi yang awalnya merupakan target penyuluhan. Karena prinsip kesadaran tentang kemampuan internal diri dalam memotivasi, hingga dari pengetahuan yang didapat, membentuk sikap, mengembangkan minat, mencoba dan menerapkan materi yang diberikan penyuluh dalam bentuk antarpribadi, keluarga dan lingkungan. Informasi dari tenaga penyuluh akan berdampak bagi diri, keluarga dan lingkungan untuk membantu meminimalkan kalau pun belum bisa dihilangkan dampak secara keseluruhan dari berbagai keadaan sosial yang menyebabkan gaduh sosial.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana upaya-upaya optimalisasi peran orang tua dalam perilaku bermedia sosial remaja di rumah tangga?
- b. Bagaimana upaya-upaya optimalisasi peran guru di sekolah dalam perilaku bermedia sosial remaja?
- c. Apa saja peran aktif yang bisa dilakukan tokoh masyarakat dalam perilaku bermedia sosial remaja?
- d. Sejauh mana kepercayaan remaja terhadap peran aktif orang tua, guru, dan tokoh masyarakat dalam membentuk perilaku bermedia sosial?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk merumuskan memformulasikan upaya-upaya optimalisasi peran orang tua dalam perilaku bermedia sosial remaja di rumah tangga.
- b. Untuk merumuskan dan memformulasikan upaya-upaya optimalisasi peran guru di sekolah dalam perilaku bermedia sosial remaja.
- c. Untuk membangun peran aktif tokoh masyarakat dalam perilaku bermedia sosial remaja.

-
- d. Mengukur kepercayaan remaja terhadap peran aktif orang tua, guru, dan tokoh masyarakat dalam membentuk perilaku bermedia sosial.

Landasan Teori

Literasi Media

Perkembangan teknologi media massa belakangan ini tentu menguntungkan bagi para remaja Islam. Hal ini dikarenakan mereka memiliki sumber informasi tidak terbatas, akan tetapi sisi dibalik itu, mereka rentan menggunakan media massa berdasarkan ketidaktahuan mereka dalam aturan-aturan bermedia di ruang publik.

Literasi media massa, terutama di media sosial membentuk pribadi-pribadi dengan keahlian dalam proses komunikasi massa. Kemampuan yang tidak mudah, bukan hanya sekedar mampu menghidupkan komputer, membuka jaringan yang diinginkan, hingga mahir berselancar di dunia maya semata. Bahwa, medsos merupakan ruang bersama, tidak layak Anda memaki orang lain karena ada aturan umum, moral yang tidak membolehkan melakukan itu, atau menghina suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA). Kalau itu dilakukan, maka yang terjadi mengacaukan kehidupan bermedia, karena makian pasti akan berbalas hal sama, penghinaan akan menjadikan Anda penghina-penghina baru, karena gagalnya proses komunikasi media massa yang dilakukan.

Masa Reformasi, menjadi sejarah kebebasan bersuara yang harus diperhatikan walau karena lompatan kebebasan bersuara, berekspresi di ranah publik dibuka luas, semua terkejut karena “lompatan kebebasan”. Lompatan (*leapfrog*) dari kekangan demokrasi media, menjadi keterbukaan media atau disebut juga dengan demokrasi media dalam kebebasan berpendapat dan bersuara di medsos. Lompatan di media menuju tatanan masyarakat media yang demokratis, tidak disertai dengan kemampuan masyarakat media untuk menjadi melek media (*media literacy*).

Dunia pendidikan harus digandeng dalam “pencegahan” penyalahgunaan ruang publik, medsos, menjadi pertarungan kebencian, konten pornografi, hingga judi. Meniru apa yang sudah dilakukan oleh negara-negara maju baik di Eropa dan Amerika, yang sudah menjadikan literasi media menjadi kurikulum resmi, bahkan pada tingkat Sekolah Dasar (SD). Terencana menjadi pengetahuan dan tata nilai bersama tentang bagaimana seharusnya bersikap dalam ikatan moral terhadap pesan-pesan yang disampaikan di dalam media massa terutama medsos. Hingga tidak terjadi kekacauan yang seakan menjadi komoditi baru dalam bermedia negatif.

Remaja menjadi salah satu elemen yang terkena langsung dari imbas ketidaksiapan masyarakat dengan demokrasi media massa dan

kebebasan berpendapat. Hingga dibutuhkan peran serta aktif dari orang-orang dewasa termasuk orang tua, guru, dan bahkan tokoh masyarakat menjadi pendidik mereka dalam bermedia massa.

Kredibilitas Komunikasi Penyuluh

Secara epistemologi (Syam, 2013: 26), yang berasal dari kata *episteme* dan *logos*, yang berarti teori pengetahuan. Para pakar ilmu komunikasi bersepakat bahwa bahasan komunikasi sebagai ilmu pengetahuan berusaha menjawab tentang “bagaimana berkomunikasi” dari pada “mengapa kita berkomunikasi” (Mulyana, 2010: 3). Dari sudut pandang Agama Islam, di dalam Alqur’an dinyatakan, “*Tuhan Yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Alquran. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara*” (Q.S. Ar-Rahman: 1-4).

Artinya pemberitahuan, pemberian bagian (dalam sesuatu), pertukaran di mana si pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya ikut mengambil bagian. Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya, jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi berlangsung. Dengan perkataan lain, hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif sebaliknya, jika ia tidak mengerti komunikasi tidak berlangsung berarti hubungan mereka itu tidak komunikatif. Bahkan di dalam komunikasi antar manusia potensi kemampuan berbicara sebagai komunikasi verbal atau komunikasi lisan sudah dianugerahkan Tuhan Yang Maha Esa kepada setiap insan, sebagai potensi yang harus dikembangkan.

Kata efektivitas dalam komunikasi bermakna, komunikasi efektif. Komunikasi efektif menurut pendapat Mulyana (2010: 117) adalah: “Komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang) yang sedang berkomunikasi”.

Terkait dengan kata komunikasi efektif dalam penyuluhan sebagai tugas yang dijalankan melalui proses pertukaran gagasan antara komunikator dan komunikan bertujuan membangun kesamaan pandangan tentang pemenuhan: 1) fungsi penamaan (*naming* atau *labeling*); 2) interaksi; dan 3) transmisi informasi (Barker dalam Mulyana, 2010: 267). Penamaan atau penjurukan merujuk pada usaha identifikasi objek, tindakan atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi merupakan penekanan pada fungsi gagasan dan emosi yang dapat mengundang simpati pengertian bahkan kemarahan dan kebingungan antara komunikator dan komunikan, atau sebaliknya respon negatif antara komunikan dan komunikator dalam

sebuah proses transmisi informasi. Keistimewaan bahasa sebagai komunikasi verbal mampu menyampaikan pengalaman dengan menghubungkan masa lalu, masa kini dan masa depan bahkan memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi tertentu dalam proses tersebut.

Secara terbuka dapat dikatakan bahwa komunikasi penyuluhan menurut Levis (1996: 13) adalah “komunikasi yang bertujuan untuk mengubah perilaku (sikap, pengetahuan dan keterampilan)”. Di sinilah kepercayaan terhadap komunikator menjadi bagian penting bagi komunikasi.

Komunikasi efektif dalam tugas penyuluhan menjadi capaian tujuan kesamaan pandangan terhadap penamaan, interaksi dan transmisi informasi. Kepercayaan terhadap komunikator, dalam penelitian ini kepercayaan remaja terhadap orang tua, guru, dan tokoh masyarakat menjadi bagian penting untuk mencapai komunikasi efektif. Melalui dialog antara orang tua, guru, dan tokoh masyarakat dalam perilaku bermedia sosial mampu merubah perilaku, menjadi sikap, pengetahuan dan keterampilan berdasarkan pada konsep melek media (literasi media).

Motivasi Internal Remaja

Motivasi dikenal dalam banyak istilah, antara lain disebut juga kebutuhan (*need*), desakan (*urge*), keinginan (*wish*) dan dorongan (*drive*) (Handoko, 1995: 252). Handoko menyebutkan motivasi sebagai “keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

Motivasi terkait erat dengan tujuan yang hendak dicapai seseorang. Sehubungan dengan hal ini, maka motivasi di dalam diri seseorang berfungsi sebagai:

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat, jadi motivasi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi.
- 2) Menentukan arah perbuatan, yakni kearah tujuan yang hendak dicapai.
- 3) Menyeleksi perbuatan, yakni penentu perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan, dengan menyisakan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut (Sardiman, 2009: 85).

Dari dua pendapat di atas, motivasi berarti dorongan di dalam diri seseorang, menjadi kekuatan pendorong dalam bentuk perilaku tertentu guna mencapai kepuasan dirinya. Setiap diri manusia digerakkan oleh motif-motif tertentu sebagai arah perbuatan mencapai tujuan yang hendak

dicapai, hingga dirinya mampu berperilaku sesuai dengan apa yang harus dikerjakan untuk mencapai tujuan dan sekaligus menyisakan perbuatan-perbuatan yang tidak bermanfaat bagi suatu tujuan. Konsekuensinya, setiap manusia yang kehilangan motivasi diri akan sulit menentukan prioritas perbuatan tertentu sebab dia sudah tidak memiliki tujuan-tujuan hidup yang hendak dicapai.

Setiap individu, memiliki motivasi internal, atau dikenal dengan motivasi intrinsik, adalah: Motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena di dalam diri setiap individu-individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu (Sardiman, 2009: 89).

Keterkaitan antara motivasi sebagai dorongan internal sesuai dengan perkembangan fisik dan psikhis manusia dapat diletakkan secara berbeda. Salah satu perkembangan yang menarik dirasakan ketika usia remaja. Usia adolesen (13-20 tahun) disebut sebagai tahap perkembangan ego. Masa pencarian identitas diri, belum memiliki bentuk-bentuk diri sendiri yang tepat dan dirasa tepat dan dapat diterima oleh masyarakat sekitarnya. Remaja coba menjawab pertanyaan "*Who am I*".

Keadaan yang digambarkan oleh Mutiarsih dan Atmojo (2007: 14), remaja merupakan:

"Usia seorang anak mengalami perubahan drastis pada tubuhnya baik postur tubuh ataupun organ kelaminnya (genital) hingga ia menjadi sangat sibuk dengan dirinya sendiri (superego). Pada tahap ini, remaja mengalami kebingungan, merasakan kalau dirinya telah memiliki bentuk tubuh seperti orang dewasa tetapi cara berpikirmya masih mencari-cari bentuk kepribadian yang cocok dengan dirinya".

Dengan demikian dapat dipahami bahwa usia remaja merupakan perkembangan fisik dan fase mencari dan menempatkan cara berpikir sebagai kepribadian yang cocok bagi seorang remaja. Hingga pencarian kepribadian yang cocok menjadikan remaja mudah mengalami kekacauan serta konflik diri. Remaja mudah berubah atau merubah keyakinan, cita-cita, bahkan perasaan pada lawan jenis atau keberadaannya di tengah keluarga dan teman-temannya. Disinilah pentingnya orang tua, guru dan tokoh masyarakat untuk memperkuat motivasi internal, dorongan-dorongan di dalam diri remaja agar lebih mampu menyeleksi perbuatan-perbuatan dirinya mencapai tujuan-tujuan tertentu, seperti cita-cita dan pembentukan kepribadian yang baik.

Peran orang tua, guru, dan tokoh masyarakat menjadi penting dalam pembentukan kepribadian remaja. Kemauan dan kerelaan orang

dewasa dalam peran sebagai orang tua, guru, dan tokoh masyarakat untuk berkomunikasi, saling berbagi cerita, pengalaman-pengalaman yang sudah dilalui dalam kehidupan sehari-hari, dan bahkan kehidupan sosial hingga menjadi sumber informasi bagi remaja guna menentukan bentuk kepribadian yang cocok bagi dirinya.

Motivasi internal remaja dalam hal ini remaja yang beragama Islam dimaksudkan sebagai menumbuhkan kembangkan di dalam diri mereka kepercayaan terhadap jawaban tentang tanggung jawab diri. Jawaban tentang “siapa saya dan mau apa saya.” Tidak mudah memang untuk menumbuhkan kembangkan keyakinan ini, akan tetapi contoh, dan penerimaan terhadap pendekatan yang dilakukan orang tua, guru, dan bahkan tokoh-tokoh masyarakat bisa dilakukan dalam rangka memberikan motivasi eksternal di luar diri mereka. Orang tua, guru, dan tokoh masyarakat yang menjadi suluh bagi para remaja dalam membangun sikap diri. Menjawab rasa tentang diri mereka tentang siapa mereka dan tujuan-tujuan dari diri.

Orang tua, guru, dan tokoh masyarakat menjadi orang dewasa, suluh, yang mampu mengembangkan komunikasi penuh keterbukaan. Menghargai potensi motivasi internal yang ada di dalam diri remaja, hingga hubungan antara motivasi internal remaja, sebagai penentu keinginan-keinginan pribadi dan diri yang memiliki kemampuan menyeleksi apa yang harus dilakukan dan dihindari tetap dihargai orang-orang dewasa. Remaja merasakan kehadiran orang tua, guru, dan tokoh masyarakat sebagai teman dialog, tidak memaksakan kehendak kepada remaja untuk hanya mendengarkan pengalaman-pengalaman orang dewasa, akan tetapi berani secara terbuka meminta remaja menyampaikan pengalaman-pengalaman mereka guna mencapai tujuan-tujuan hidup dari motif-motif diri pribadi.

Kerangka Konsep

Orang tua, guru, dan tokoh masyarakat merupakan model perilaku yang dicontoh oleh remaja, sebagai suluh, pribadi-pribadi istimewa bagi remaja dalam kebingungan peran dan kebingungan diri. Peran orang tua menjadi pelanjut nilai-nilai pembelajaran dan nilai-nilai diri yang sudah diberikan dalam proses pembelajaran dan pendidikan di sekolah, mengawasi perilaku dan pola interaksi remaja pengguna internet. Guru sebagai model perilaku institusional memberikan alasan-alasan penguatan nilai pembelajaran dan pendidikan yang sudah dilakukan di rumah sebagai tujuan bersama. Hingga sampai pada perilaku di masyarakat, peran tokoh masyarakat, termasuk tokoh agama, dan pemuda menjadi pelaku tata nilai yang diajarkan itu sebagai pilihan rasional menjaga stabilitas

nilai. Memperkuat nilai-nilai kerukunan, kesatuan, sebagai nilai-nilai bersama.

Komunikasi menempatkan dirinya dalam motivasi internal dalam dan melalui hubungan antarpribadi, di mana orang tua dan tokoh masyarakat menjadi contoh perilaku yang membangun kesempatan untuk saling mencintai dan mempercayai. Remaja harus diyakinkan bahwa di luar dirinya ada orang tua, guru, dan tokoh masyarakat yang cinta terhadap mereka dan percaya akan kemampuan diri remaja untuk menjadi optimal dalam kehidupan sosial. Hingga dari diri yang dicintai dan dipercayai oleh orang tua, guru dan tokoh masyarakat tersebut melahirkan penerimaan terhadap motivasi eksternal menjadi kesadaran diri sebagai wujud nyata dari komunikasi internal remaja.

Perwujudan kredibilitas orang tua, guru, dan tokoh masyarakat menjadi nilai penerimaan bersama yang dilakukan remaja. Hingga pesan tentang ajakan dari pihak eksternal ini bisa menjadi standar nilai bagi remaja Islam di Kecamatan Medan Denai. Pertimbangan tentang pentingnya diingatkan karena alasan keterbatasan pengalaman dan pemahaman remaja dalam pesan media massa. Hingga *internet* sebagai ruang publik tidak menjadi tempat saling memaki, menghujat, bahkan klaim kebenaran di atas kebenaran orang lain, apalagi pesan tentang isu suku, agama, ras, dan antar golongan yang hampir saja memecah belah kesatuan dan persatuan bangsa, terutama remaja-remaja Islam. Penggunaan dan mengingatkan penggunaan ruang *public* secara santun, dan beretika.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, berdasarkan pada temuan-temuan data penelitian dari hasil data wawancara, data observasi, dan data dokumentasi. Pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh kategorisasi tertentu (Bungin, 2008: 302).

Bogdan dan Taylor, mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan: prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan (Iskandar, 2009: 11).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini terdiri dari deskripsi umum temuan penelitian dan pembahasan yang akan disajikan dalam bentuk uraian-uraian pendapat anak remaja di Kecamatan Medan Denai khusus Kelurahan Binjai dari 21 lingkungan diambil sampel sebanyak 6 lingkungan masing-masing 1 orang remaja Islam di setiap lingkungan. Diperkuat dengan pendapat masing-masing orang tua, guru dan tokoh masyarakat.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 5.1, tentang penerimaan internal mereka pada perilaku bermedia sosial remaja Islam, mayoritas, yakni sebanyak 3 responden (46,66%) menjawab sangat menerima, 1 orang responden (20,83%) menyatakan menerima, 1 orang responden (15,00%) menyatakan cukup menerima, dan 1 orang responden (6,66%) menyatakan tidak menerima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara internal dari 6 responden, yakni remaja Islam di Kelurahan Binjai Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, secara internal mampu menerima perilaku bermedia sosial teman-teman sebaya mereka yang beragama Islam.

Penerimaan secara positif perilaku bermedia ditandai dengan kesadaran akan dampak positif dan negatif di dalam media sosial, kesadaran akan konten media sebagai sebuah teks yang tidak dapat dipisahkan dari budaya daerah nasional, pemahaman tentang kesenangan bermedia sosial dengan bertanggungjawab, bermedia sosial dengan mental baik dan berpikiran positif, menghargai perasaan suku, agama, ras, dan antar golongan, bersikap hati-hati dalam bermedia sosial, memahami isi media sebagai teks berbudaya, dan bermedia sosial memberikan wawasan tentang kehidupan sehari-hari.

Pembahasan

Media adalah pesan. Penentu pesan itu baik atau buruk merupakan pilihan bagi setiap pengguna media. Terutama di era globalisasi ini teknologi semakin maju, tidak dapat dipungkiri hadirnya *internet* semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis, dan sebagainya. Kesempatan ini juga dimanfaatkan oleh vendor telepon pintar serta tablet murah yang menjamur dan menjadi trend dan hampir semua orang di Indonesia memilikinya.

Banyaknya telepon pintar dan berkembangnya *internet*, diikuti kehadiran media sosial. Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat laman situs pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan

media *broadcast*, maka media sosial menggunakan Internet atau media baru. 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.

Media sosial menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi. Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, begitu pula sebaliknya.

Bagi masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja, media sosial seakan sudah menjadi candu, tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari *smartphone*. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja antara lain; Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp, Blackberry Messenger. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para remaja betah berlama-lama berselancar di dunia maya.

Disinilah peran orang tua, guru, tokoh masyarakat, termasuk tokoh agama, juga negara mampu menjadi pihak-pihak yang peduli dengan perkembangan kejiwaan remaja para pengguna media sosial. Mendidik dan mengajarkan mereka dalam pencarian identitas diri guna menjadikan media sosial sebagai media bersama, tidak saling memojokkan, mencaci maki, atas nama agama, suku, ras dan golongan tertentu. Kalau semua kita peduli untuk saling mengingatkan dan peduli dengan isi informasi media sosial yang positif maka akan melahirkan sikap positif pula.

Para pengguna media sosial pun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir. Hal ini dikarenakan dalam internet khususnya media sosial sangat mudah memalsukan jati diri atau melakukan kejahatan. Bahkan ada sebuah istilah yang dipopulerkan oleh Peter Steiner: Analisis Sosiologis Media Sosial.

Menurut Anthony Giddens, dengan adanya modernitas hubungan ruang dan waktu terputus yang kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat (Ritzer, George Ritzer dan J.Gooman, Douglas. Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2008. Hlm. 617). Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu secara fisik, yang salah satunya dilakukan melalui internet khususnya media sosial.

Dalam kajian sosiologi, maraknya media sosial erat hubungannya dengan bagaimana kita bersosialisasi, berteman, berinteraksi. Dengan munculnya kedua media sosial tersebut kita mampu berkomunikasi satu sama lain, dalam ilmu sosiologi hal tersebut dinamakan bentuk komunikasi langsung. Komunikasi langsung dapat diartikan sebagai salah satu cara berinteraksi antara seseorang dengan orang lain secara langsung, baik melalui chat maupun melalui pesan.

Begitu pula dengan media sosial Facebook dimana kita juga bisa membuat sebuah grup, dalam konteks ini mengenai hubungannya dengan sosiologi, dengan fitur grup di Facebook, kita mampu membuat grup yang mampu berbagi mengenai ilmu-ilmu sosiologi ataupun bisa untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi di masyarakat, karena didalam ilmu sosiologi, salah satu yang diajarkan adalah memecahkan masalah yang sedang terjadi di masyarakat, dan tentunya kita tahu bahwa obyek dalam ilmu sosiologi itu adalah masyarakat.

Jadi hubungan media sosial dengan ilmu sosiologi sangat erat. Dengan kedua media sosial tersebut kita mampu berinteraksi, dan berkomunikasi satu sama lain, bukan hanya itu kita juga bisa mendapatkan teman baru dan kita juga bisa saling sharing atau berbagi ilmu dan juga bisa memecahkan masalah yang sedang dihadapi di masyarakat. Apabila kita menyalahgunakan media sosial tersebut, kita akan membuat masalah bukan menyelesaikan masalah.

Melihat bagaimana media sosial mendominasi sebagian aktifitas dari individu maka hal ini erat kaitannya dengan kepuasan dalam teori *Uses and Gratification*. Media sosial secara garis besar telah mencakup lima hal kepuasan yang diberikan oleh media. Salah satu contohnya adalah integritas sosial, banyak sekali dijumpai adanya grup yang memuat orang-orang dengan kesamaan tertentu (fans artis, pendukung partai politik atau tokoh politik tertentu, program beasiswa, dan lain-lain). Aktifitas media sosial pemuas kebutuhan integritas sosial merupakan sebuah bukti nyata adanya keterkaitan dengan teori *Uses and Gratification*. Media sosial saat ini diakui sebagai sebuah alat yang telah mulai sulit untuk dipisahkan dengan khalayak, pasalnya secara sosial khalayak secara tidak langsung telah terhubung satu dengan yang lainnya sehingga hal ini menjadikan sebuah koneksi yang kuat dengan media sosial.

Kesimpulan

Perilaku bermedia sosial reamaja Islam merupakan respon dari pesan-pesan di dalam media sosial. Jika pesan-pesan di dalam media sosial mencemooh atau melecehkan Islam maka mereka akan bereaksi

secara umum dengan melakukan pembalasan terhadap apa yang dilakuka terhadap agama mereka. Sebaliknya, informasi positif tentang Islam akan dibalas dengan respons positif. Akan tetapi dalam fungsi informasi, hiburan dan pengetahuan dibutuhkan formulasi membentuk perilaku bermedia sosial remaja Islam dengan diskusi dan riset terus menerus untuk menjadi pendidikan media sosial (literasi) bagi para remaja muslim. Hingga mereka tidak terjebak pada isi pesan negatif media massa. Peran orang tua di rumah bagi setiap remaja merupakan pembimbing, dan contoh perilaku. Orang tua harus mampu memberikan frekuensi komunikasi yang meningkat kepada remaja untuk menjadi teman dalam pencarian identitas pribadi yang dibutuhkan. Peran guru dan tokoh masyarakat dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan pengawasan terhadap perilaku remaja pengguna sosial, terutama remaja Islam.

Saran-saran

Saran-saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Orang tua, guru dan tokoh masyarakat hendaknya meningkatkan frekuensi komunikasi dengan remaja. Agar tercapai pemahaman tentang perilaku penggunaan media sosial sesuai dengan ajaran syari'at Islam.
- 2) Orang tua, guru dan tokoh masyarakat hendaknya meningkatkan intensitas diskusi dan penelitian-penelitian yang menjadi rujukan dalam meningkatkan kesadaran penggunaan media sosial di kalangan remaja Isla.
- 3) Pendidikan agama menjadi salah satu pendekatan yang perlu dikedepankan oleh orang tua, guru dan tokoh masyarakat. Menamkan perilaku positif sejak dini dari penggunaan media sosial.

Daftar Pustaka

- Ayun, Primada Qurratun. (2015). *Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas*. Jurnal: diakses pada Vol. 3, No. 2, Otober 2015, hal. 1-16.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Creswell, Jhon W. Penerjemah Ahmad Fawaid. (2013). *Research Desaign: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

-
- Handoko, T. Hani. (1995). *Manajemen: Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Ilham Prisgunanto. (2015). *Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan bergaul siswa*. Jurnal: diakses pada Vol. 19, No.2, Agustus 2015, hal. 101-112.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aplikasi Untuk Penelitian Pendidikan, Hukum, Ekonomi & Manajemen, Sosial, Humaniora, politik, Agama dan Filsafat*. Jakarta: Gaung Persada.
- Levis, Leta Rafael. (1996). *Komunikasi Penyuluhan Pedesaan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Komunikasi Politik Politik Komunikasi: Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mutiarsih, Enik. Atmojo, Agus Sekti Susilo. (2007). *Memahami Psikologi Remaja*. Yogyakarta: Pustaka Nusatama.
- Nafi'ah, Alfiyana Khoiratun. (2015). *Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Siswa Kelas VIII Kepada Guru Di SMP Negeri 1 Kalasan Sleman Yogyakarta*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Rangga Aditya. (2015). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada komunitas Fotografi Pekanbaru*. Jurnal: diakses pada Oktober 2015.
- Sardiman, A.M. (2009). *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagong, dan Sutinah. (2006). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Grup.

Syam, Nina W. (2013). *Model-Model Komunikasi*. Bandung: Simbiosis
Rekatama Media.