DARI DOSEN-DOSEN UNIVERSITAS PARAMADINA

RAGAM NUANSA LITERASI MEDIA

SEBUAH KUMPULAN ARTIKEL

Putut Widjanarko, Wahyutama, Kurniawaty Yusuf, Atika Budhi Utami, Dwi Purbaningrum, Juni Alfiah, Kencana Ariestyani, Tri Wahyuti, Rini Sudarmanti, Edison Bonartua Hutapea

PROXY MEDIA

EDITOR: LEONITA K. SYARIEF

DARI DOSEN-DOSEN UNIVERSITAS PARAMADINA

RAGAM NUANSA LITERASI MEDIA

SEBUAH KUMPULAN ARTIKEL

RPM
PROJECTS

SEBUAH KUMPULAN ARTIKEL

RAGAM NUANSA LITERASI MEDIA

Putut Widjanarko, Wahyutama, Kurniawaty Yusuf, Atika Budhi Utami, Dwi Purbaningrum, Juni Alfiah, Kencana Ariestyani, Tri Wahyuti, Rini Sudarmanti, Edison Bonartua Hutapea

EDITOR:
LEONITA K. SYARIEF

Judul: Ragam Nuansa Literasi Media
Penulis: Putut Widjanarko, Wahyutama,
Kurniawaty Yusuf, Atika Budhi Utami,
Dwi Purbaningrum, Juni Alfiah, Kencana
Ariestyani Rini Sudarmanti, Tri Wahyuti,
Edison Bonartua Hutapea.
Editor: Leonita K. Syarief
Desain grafis: Tim Proxy Media
Cetakan Pertama: Januari 2023

ISBN: 978-623-09-1676-2

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh
isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Penerbit: PT Rekacipta Proxy Media
www.proxymedia.id

PROXY MEDIA

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....*hal 09*

Putut Widjanarko
Literasi Media: Perkembangan dan Arah.....*hal 11*
Wahyutama
Membangun Kaun Muda yang 'Melek Politik'.....*hal 37*
Kurniawaty Yusuf
Sehat Media Sosialnya, Sehat Mentalnya.....*hal 55*
Atika Budhi Utami
Hoaks di WhatsApp dan Cara Mengatasinya.....*hal 77*
Dwi Purbaningrum
Literasi Komunikasi Antar Persona dalam Keluarga.....*hal 91*
Edison Bonartua Hutapea
Literasi dan Ujaran Kebencian dalam
Balutan Liberalisme Media Sosial.....*hal 107*
Juni Alfiah
Literasi Iklan.....*hal 117*
Kencana Ariestyani
Media and Information Literacy Sebagai Upaya
Preventif terhadap Infodemik Covid-19.....*hal 137*
Rini Sudarmanti
Perempuan juga Melek Literasi dan Melek Media Digital.....*hal 155*
Tri Wahyuti
Penguatan Literasi Digital dalam
Aktivitas Transaksi Daring.....*hal 171*

Tentang Penulis.....*hal 184*

Sehat Media Sosialnya, Sehat Mentalnya

Kurniawaty Yusuf

Indonesia adalah salah satu pengguna media sosial terbesar di dunia, dimana pengguna media sosial berjumlah 191,4 juta dari seluruh penduduk Indonesia yang berjumlah 277,7 juta (Essential Digital Headlines, Februari 2022). Sementara data dari Daily Time Spent With Media Februari 2022, waktu yang dihabiskan untuk media sosial perhari, sebesar 3 jam 17 menit. berdasarkan data Most-Used Social Media Platforms Februari 2022, aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan adalah WhatsApp (88%), Instagram (84,8%) serta Facebook (81,3%), Tiktok (63,1%). Data-data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat aktif dalam menggunakan media sosial.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dengan

membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial terdapat tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate), dan kerjasama (cooperation). Media sosial dianggap mampu melakukan tiga bentuk cara berinteraksi manusia tersebut dengan lingkungan sosialnya. Sebagai media alternatif yang dianggap baru bagi masyarakat dalam berkomunikasi, sejumlah pengguna media sosial berlomba-lomba untuk mengoptimalkan penggunaannya sebagai media komunikasi yang dapat digunakan di berbagai waktu dan kesempatan. Namun. sebagai media komunikasi yang diandalkan di era digital, media sosial tidak hanya menawarkan hal-hal positif, tetapi di kesempatan lain media ini juga dapat memberi dampak negatif yang harus diwaspadai. Para pengguna media sosial dituntut bijaksana dalam memanfaatkan media sosial agar terhindar dari dampak negatif yang mampu mempengaruhi perkembangan mental/psikologis mereka.

MEDIA SOSIAL

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Media sosial juga dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Melalui media sosial, pengguna memiliki kesempatan untuk terhubung dengan siapapun yang ingin ditujunya dan membentuk ikatan sosial, tanpa terkecuali. Sehingga penting

disadari bagi setiap pengguna media sosial, terhubung dengan siapa, dan mengenal lebih baik dengan siapa mereka terhubung.

Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu, karena media sosial memfasilitasi saling berbagi antar individu dan publik. Oleh karena itu, para pengguna media sosial dituntut untuk memahami hal-hal apa saja yang layak dan tidak layak untuk dipublikasikan kepada orang lain baik secara pribadi, antar pribadi, maupun publik.

Sementara menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated-content (UGC) dimana konten dihasilkan pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Melalui media sosial, para pengguna dapat melakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audiovisual. Menurut Puntoadi (dalam Setiadi, 2016), media sosial dimulai dari tiga hal, yaitu sharing, collaborating, dan connecting. Pada pemahaman ini, pengguna media sosial diharapkan mampu melakukan tiga hal tersebut, dengan memperhatikan aturan yang berlaku, jangan sampai menimbulkan kerugian bagi pengguna dan penikmat media sosial. Pengguna media sosial dituntut tidak

hanya mampu menghasilkan pelbagai konten yang kreatif dan kekinian, tetapi juga harus tetap memperhatikan kesopanan, etika, dan menghindari unsur SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antar Golongan).

KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (cyber) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

1. **Jaringan** (Network)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data.

2. **Informasi** (Information)

Informasi jadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang diterima dan diperlukan.

3. **Arsip** (Archive)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Di sini, semua unggahan yang masuk ke media sosial dapat tersimpan dengan baik.

4. **Interaksi** (Interactivity)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak

sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna media sosial.

5. **Simulasi Sosial** (Simulation of Society)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata (real). Maknanya, apa yang diunggah di media sosial, belum tentu sesuai dengan realitas yang dialami pengguna atau realitas di tengah-tengah masyarakat.

6. **Konten oleh pengguna** (*user-generated-content*)

Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun, UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru, yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

JENIS-JENIS MEDIA SOSIAL

Menurut Nasrullah (2015) setidaknya ada enam kategori untuk melihat pembagian media sosial, sebagai berikut:

1. **Media jejaring sosial** (*social networking*)

Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bisa digunakan oleh penggunanya untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia

virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang telah diketahui dan kemungkinan dapat saling bertemu di dunia nyata (offline) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah Facebook, Linkedln, WhatsApp.

2. **Jurnal online** (Blog)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbaharui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media, dan terdapat kolom komentar yang dapat diisi pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini dapat dibagi dua, kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.

3. **Jurnal online sederhana atau microblog** (*micro-blogging*)

Jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas dan atau pendapatnya. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah Twitter.

4. **Media berbagi** (*media sharing*)

Situs berbagi media, merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari

dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah Youtube, Flickr, Photo-Bucket, Snapfish, Instagram, TikTok

5. **Penanda sosial** (*social bookmarking*)

Merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs social bookmarking yang populer adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, reddit.com, di Indonesia ada LintasMe.

6. **Media konten bersama atau Wiki**

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya, mirip dengan kamus atau ensiklopedia, Wiki menghadirkan kepada pengguna media, mengenai pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung. Artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

FUNGSI MEDIA SOSIAL

Fungsi pertama dari media sosial adalah komunikasi. Awalnya media sosial hanya fokus pada membangun ekosistem komunikasi yang baik bagi pengguna. Namun seiring dengan perkembangannya internet dan teknologi, media sosial telah menjadi dunia kedua bagi manusia di belahan dunia untuk berkumpul dan berinteraksi. Media sosial telah berhasil membangun komunikasi tanpa batasan waktu dan wilayah (geografi).

Kedua, *branding*. Setelah berhasil membangun tempat berkumpul untuk seluruh manusia dari berbagai belahan dunia, media sosial selalu berkembang dan menyediakan berbagai kebutuhan dari manusia, salah satunya branding – cara seseorang membangun sebuah citra di mata banyak orang. Untuk melakukan branding, pengguna biasanya memiliki cara yang unik dan khas untuk mendesain akun media sosial sehingga menarik untuk dilihat pengguna media sosial lainnya. Hal ini menjadikan akun media sosial mirip seperti dunia nyata, karena setiap orang memiliki ciri khasnya masing-masing.

Ketiga, media sosial sebagai wadah untuk melakukan usaha atau bisnis. Setelah berhasil menyediakan komunikasi dan branding, media sosial perlahan berkembang sehingga membuat penggunanya membangun suatu usaha dalam jaringan atau online. Sebagai tempat yang terbuka 24 jam, media sosial terbukti sangat memudahkan penggunanya untuk membangun suatu bisnis secara maya. Hal ini diprediksi memiliki banyak potensi untuk menjangkau lebih banyak orang dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan dunia nyata.

Keempat, media sosial mampu melakukan marketing atau pemasaran. Sebagai platform yang hampir selalu digunakan oleh manusia, saat ini media sosial berhasil menciptakan layanan yang memudahkan pebisnis untuk mengenalkan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Cara ini terbukti efektif untuk meningkatkan keuntungan dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan kebutuhannya.

MANFAAT MEDIA SOSIAL

Setelah memahami definisi, karakteristik, jenis dan fungsi media sosial, perlu pengguna media sosial juga memahami manfaatnya sehingga pengguna mampu memaksimalkan penggunaan media sosial, sebagai berikut (Fuji, 2021):

1. **Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan.**

Beberapa platform media sosial yang sekarang tersedia, dapat dimanfaatkan untuk belajar, mulai dari mencari berbagai informasi, data, hingga isu yang sedang hangat di masyarakat. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi kepada para pengguna lainnya, baik teman di dunia nyata, maupun teman di dunia maya.

2. **Sarana dokumentasi, administrasi, dan integrasi.**

Aplikasi media sosial pada dasarnya adalah sebuah tempat untuk menyimpan berbagai konten, mulai dari profil, informasi, reportase, kejadian, rekam peristiwa, sampai pada riset-riset kajian. Tidak hanya itu, manfaat lain dari media sosial, seperti membuat blog organisasi, melakukan integrasi berbagai lini pada suatu perusahaan, membagikan konten yang relevan sesuai target masyarakat, dan efektivitas operasional organisasi.

3. **Sarana perencanaan, strategi, dan manajemen.**

Di tangan para ahli manajemen dan marketing, media sosial bisa berubah menjadi salah satu senjata yang digunakan untuk melancarkan perencanaan dan strategi. Misalnya untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menjajaki pasar, mendidik publik, hingga mengumpulkan tanggapan dari para konsumen atau masyarakat.

4. **Sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran.**
Media sosial dapat digunakan untuk melakukan kontrol terhadap organisasi sekaligus melakukan evaluasi, mulai dari perencanaan dan strategi. Selain itu media sosial juga dapat mengolah data terkait tanggapan masyarakat dan pasar sebagai alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi.

DAMPAK NEGATIF MEDIA SOSIAL

Hadirnya media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan lain-lain, memang memudahkan penggunanya untuk terhubung dengan teman dan keluarga. Saat ini, setiap orang dapat mengetahui berita yang populer, keberadaan orang lain, sesuatu yang lagi trending, serta mengetahui apa yang dirasakan oleh orang lain hanya dengan mengecek media sosial mereka. Tetapi di sisi lain, pengguna media sosial yang berlomba-lomba untuk menghasilkan sesuatu yang terbaru dan terkini untuk media sosial mereka, secara tidak sadar melakukan hal-hal kreatif yang pada akhirnya tidak disadari jika itu berdampak negatif dan mengganggu secara mental. Seperti apa dampak negatif yang bisa ditimbulkan akibat penggunaan media sosial yang kurang bijaksana? Bagaimana kaitannya dengan mental pengguna media sosial?

Pertama, pengguna media sosial yang menyukai konten tertentu, cenderung akan menekan tombol penilaian '*likes*'. Beberapa riset menemukan '*likes*' di media sosial dapat mengaktivasi bagian otak manusia yang berhubungan dengan penghargaan dan situasi sosial. Namun, hal ini berisiko untuk

mendorong orang-orang untuk melakukan hal-hal yang tidak sehat atau berisiko hanya untuk mendapatkan '*likes*'. Perilaku konyol yang dilakukan, seperti kasus sosok laki-laki yang berperan sebagai perempuan dengan tingkah gila, lengkap dengan beragam dandanan nyentrik. Ada pula atraksi ekstrem dengan tantangan tertentu, bahkan ada yang memuat tindakan kontroversi seperti memberikan minuman keras ke balita. Fenomena ini bukan hal baru, karena tujuan pengguna media sosial dengan akun-akun yang memproduksi tindakan sensasional tersebut semata-mata karena ingin tampil dan menjadi pusat perhatian.

Bahkan menurut pengamat komunikasi, Devie Rachmawati (AMM, 2019) mengatakan munculnya obsesi yang tinggi untuk menampilkan hal-hal baru dan sensasional di media sosial. Pertama, karena alasan biologis dimana hormon dopamine meningkat ketika manusia bahagia. Pujian melalui simbol 'likes' terbukti membangunkan hormon kenyamanan tersebut. Kedua, faktor psikologis yang bertujuan untuk memanjakan ego manusia. Ada kepuasan tersendiri apabila orang membicarakan dirinya. Ketika komentar atau unggahan tentang dirinya direspon dengan jempol, membuat ego seseorang dimanjakan. Psikolog Astrid WEN memandang maraknya pola konyol, vulgar, dan ekstrem pengguna media sosial tidak lepas dari salah satu karakter media sosial yang bersifat terbuka. Sikap membuka diri dalam berbagai hal seperti dianggap lebih dihargai ketimbang menutup diri. Komentar, pengakuan, bertambahnya fitur '*likes*', *followers* atau subscriber, bahkan fitur *love* mendorong seseorang lebih mudah menunjukkan siapa dirinya melalui perbuatan ataupun tulisan.

Kedua, pengguna media sosial seringkali membandingkan dirinya dengan orang lain. Melihat sesuatu yang lebih baik, sukses, dan bahagia, kadang membuat pengguna media sosial lainnya, merasa iri, minder, bahkan tidak puas dengan apa yang dimiliki. Hal ini cukup mengganggu kesehatan mental dan menurunkan penghargaan terhadap diri sendiri. Padahal apa yang ditampilkan pengguna media sosial tersebut, kondisinya bisa lebih buruk dari kondisi diri kita, namun hal itu tidak ditampilkan oleh mereka. Sehingga perlu dipahami bahwa pengguna media sosial jangan terpengaruh dengan indahnya kehidupan orang lain di media sosial, karena itu belum tentu benar.

Ketiga, seringkali pengguna media sosial kurang menyadari bahwa makin seringnya mereka menggunakan media sosial, hal tersebut mengurangi hubungan tatap muka dengan orang-orang di sekitar mereka. Seperti kata pepatah, "mendekatkan yang jauh, tetapi menjauhkan yang dekat." Semakin sering menggunakan media sosial, semakin berkurang waktu tatap muka dengan orang-orang terdekat. Sibuk dengan gadget dan tak peduli sekitarnya.

Keempat, pengguna media sosial tak sadar bahwa menggunakan media sosial mampu menurunkan kemampuan sosial mereka. Dimana kemampuan sosial perlu diasah agar terus berkembang, dengan membiasakan diri untuk bertemu langsung dengan orang lain. Kondisi ini, memunculkan dampak negatif pada kurangnya kemampuan sosial, seperti kurang empati kepada orang lain, tidak tahu cara berkomunikasi yang baik secara langsung dengan orang lain.

Akhirnya menimbulkan fobia sosial karena menurunnya jumlah interaksi langsung dalam berkomunikasi karena terlalu sering memperhatikan media sosial.

Kelima, media sosial paling rentan dengan *cyber bullying* dimana seseorang diejek, dihina, diintimidasi atau dipermalukan oleh seseorang melalui media internet, teknologi digital atau telepon selular. Mengapa? Karena seseorang dapat dengan mudah melakukannya, tinggal memainkan jari-jari, tanpa perlu bertemu dan memikirkan akibatnya lebih jauh. Kadang para pengguna media sosial tak pernah saling kenal dan bertemu, sehingga merasa tak peduli.

Berdasarkan riset yang dilakukan Femina.co.id, *cyber bullying* paling banyak diterima oleh kalangan perempuan 36,7% dari 2.841 responden perempuan, sementara pria 12,7% dari 2.842 responden pria. Akibat cyberbullying tersebut, korban mengalami gangguan kecemasan, depresi, dan memiliki pemikiran untuk bunuh diri. Media sosial tertinggi sebagai media perantara dalam melakukan bullying, 74% menggunakan Instagram, Twitter, dan Facebook. Respon para korban pun beragam, 50% meminta pertolongan orang tua, 42% tidak peduli dan berharap masalah ini segera berlalu, 38% meminta bantuan teman, 17% meminta bantuan guru. 193 remaja usia 12 – 15 tahun telah mengalami cyberbullying dan tidak berani melaporkan apa yang telah dialaminya. Jenis hinaan yang dilakukan berdasarkan gender adalah menyebarkan rumor tak sedap (perempuan 20%, pria 18%), foto dan video yang mengundang rasa malu (perempuan 21%,

pria 12%), pelecehan seksual lewat bahasa yang tidak senonoh (perempuan 2%, pria 6%), menggunakan ras, agama, dan etnik sebagai gurauan (pria 17%, perempuan 5%), penghinaan isu orientasi seksual (pria 10%, perempuan 3%).

Sementara kata-kata yang digunakan untuk mem-*bully* di Indonesia yakni kata-kata terkait binatang seperti bangsat, anjing, babi, monyet, kunyuk. Kata yang terkait kebodohan atau sifat seperti *goblok, idiot, geblek, gila, tolol, sarap, udik, kampungan*. Kata yang terkait ketidakmampuan seseorang seperti buta budek, jelek. Kata secara umum seperti setan, iblis, keparat, gembel, brengsek, sompret, bajingan, dan kata terkait kelakuan, seperti bejat.

Keenam, ketidakpahaman dalam memanfaatkan media sosial, kadang membuat penggunanya tidak memikirkan efek pada informasi personal yang tidak layak untuk diunggah. Karena kejahatan dunia *cyber* semakin marak, perlu berhati-hati dalam mengunggah nama sekolah, tempat tinggal, nomor telepon, informasi pribadi, keberadaan diri dan sebagainya, yang memiliki potensi cukup besar disalahgunakan oleh pihak lain.

Ketujuh, *body image* yang buruk seringkali dialami oleh pengguna media sosial, khususnya perempuan. Dimana mereka memiliki kekhawatiran tentang bentuk tubuh mereka, sehingga mereka cenderung memiliki gangguan makan yang bisa berakibat fatal bagi kesehatan. Kecenderungan menggunakan media sosial setidaknya ikut mempengaruhi persepsi mengenai penghargaan diri.

Kedelapan, pengguna media sosial seringkali memiliki potensi gangguan tidur, khususnya mereka yang melihat media sosial 30 menit sebelum tidur. Selain itu, pengguna media sosial cenderung suka begadang karena keasyikan menggunakan media sosial. Hal itu mengakibatkan gangguan tidur, stress, hingga depresi.

Kesembilan, depresi dan kecemasan meningkat, karena tak merasa Bahagia akibat penggunaan media sosial yang berlebihan, bahkan mampu membuat rasa cemas dan depresi. Menurut ahli psikologi, media sosial menyebabkan orang merasa tidak percaya diri akibat tekanan ingin memiliki akun yang terbaik. Komentar negatif dan menyakitkan hati di media sosial secara terus menerus mampu menyebabkan penggunanya mengalami depresi. Survei yang pernah dilakukan kepada 1000 generasi Z, ditemukan sekitar 41% partisipan yang merasa media sosial membuat mereka sedih, cemas dan depresi.

Sepuluh, pengguna media sosial karena lebih mengutamakan konten yang akan diunggah, kadang terlalu sibuk menciptakan kenangan indah melalui foto dan video hanya untuk mendapatkan foto terbaik. Pengambilan foto dan video bisa dilakukan berulang-ulang, hal ini mengurangi pengalaman kita dengan orang yang ditemui. Cenderung pengguna media sosial fokus pada foto dan video yang diambil, sehingga momen lain serta orang-orang yang berada di sekelilingnya terabaikan.

Sebelas, pengguna media sosial kerap kali menampilkan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan. Semua yang ditampilkan melalui media sosial, wajib indah, bagus, trending,

keren, kekinian, mewah, berbeda, mahal, mengikuti mayoritas yang diharapkan orang lain, tetapi pada kenyataannya jauh berbeda dengan keadaan yang sebenarnya. Kadang pengguna media sosial tidak percaya diri untuk menampilkan dirinya, apa adanya. Bahkan di beberapa unggahan, pengguna media sosial ada yang melakukan kebohongan, penipuan dan tindak kriminal supaya terlihat lebih 'wah' atau terlihat tampil berbeda. Padahal tampil natural memiliki penilaian positif karena dianggap lebih bersyukur, menghargai dan percaya diri atas apa yang dimiliki. Orang lain akan menghargai seseorang dengan tulus, bukan karena sesuatu yang dimiliki orang tersebut, tetapi lebih kepada orang itu apa adanya.

Duabelas, pengguna media sosial terkadang tidak memikirkan efek jangka panjang ketika mengunggah sesuatu, padahal mereka paham bahwa rekam jejak digital adalah abadi. Sehingga harus hati-hati, cerdas dan bijaksana ketika mengunggah apapun di media sosial. Saat ini, rekomendasi seseorang untuk diterima bekerja atau mendapat beasiswa, seringkali merujuk pada media sosial mereka. Melalui media sosial, seseorang akan lebih mudah dipahami karakternya dengan memperhatikan unggahan pada media sosialnya. Chris Betcher mengatakan," In future, your digital footprint will carry far more weight than anything you might include on resume."

MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DENGAN BIJAK DAN AMAN

Untuk menghindari dampak negatif dalam menggunakan media sosial, ada baiknya, berpikir sebelum mengunggah

sesuatu di media sosial. Pertama, jangan menghina, memfitnah, mempermalukan orang lain yang akan berujung masalah. Mengunggah sesuatu di media sosial, telah diatur Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sehingga tidak boleh berkata-kata sesuka hati dan menyinggung orang lain.

Kedua, hindari menggunakan media sosial saat sedang marah karena ketika seseorang marah, dia tidak akan berpikir panjang dalam menyampaikan pesan. Hal itu berbahaya karena mampu membuat seseorang merasa menyesal karena berakibat buruk.

Ketiga, manfaatkan media sosial untuk menjalin silaturahmi dengan teman, keluarga besar yang jarang ditemui karena kesibukan, termasuk tetangga, teman lama, dan orang-orang yang berinteraksi dengan kita, yang tidak sempat dikunjungi untuk sekedar menanyakan kabar mereka.

Keempat, untuk menghindari hoax sebaiknya perbanyak membaca buku karena dengan membaca buku menghindarkan pengguna media sosial dari sumber informasi yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, pengguna media sosial harus tahu, membaca melatih imajinasi dan kreativitas seseorang.

Kelima, sebaiknya membatasi menggunakan media sosial supaya tidak mengalami kecanduan, yang membuat seseorang mengalami ketergantungan berlebihan mnggunakan gadget. Luangkan waktu untuk bersosialisasi di kehidupan nyata. Sapalah tetangga jika kebetulan bertemu. Pergilah berkunjung ke rumah saudara, tetangga, teman untuk sekedar bertemu, berbincang atau mengantarkan makanan maupun oleh-oleh.

Jika sudah bertemu dan berkumpul dengan mereka, jauhkan diri dari gadget.

Keenam, perhatikan etika penggunaan media sosial. Usahakan unggahan tidak mengandung SARA yang bisa memancing perselisihan dan memperkeruh situasi. Bagilah unggahan sesuai sumber asli, termasuk ketika akan copy paste. Mintalah izin kepada pemilik unggahan, ketika berbagi artikel atau tulisan seseorang. Cari tahu dan pastikan kebenaran berita, agar menjauhkan diri dari hoax. Stop komentar permasalahan orang terkait berita yang sedang populer. Hindari menggunakan kata-kata yang kurang pantas dan kasar serta hati-hati terhadap akun media sosial yang kurang dikenal.

Ketujuh, menjaga privasi dengan cara tidak mudah membagikan informasi yang bersifat pribadi di media sosial. Jangan mencantumkan alamat rumah, jadwal keseharian, kartu identitas diri atau nomor kontak pribadi dan keluarga. Untuk meningkatkan keamanan, lebih baik kunci akun media sosial sehingga segala unggahan hanya bisa dibaca oleh orang-orang yang berteman dengan kita di media sosial.

Kedelapan, sebaiknya kenali teman media sosial anda. Lebih baik memiliki teman sedikit di media sosial yang benar-benar dikenal dan terhubung dengan anda. Berhati-hatilah saat menerima permintaan pertemanan atau pengikut media sosial (follower). Banyak kasus orang menjadi korban kriminal yang dilakukan 'teman baru' yang baru dikenal dari media sosial.

Kesembilan, hindari akun dan unggahan negatif. Karena orang lain akan menilai bahwa anda mendukung unggahan

tersebut. Penilaian orang lain pun bisa menjadi negatif kepada anda, apalagi ketika anda mendukung unggahan tersebut. Sebaiknya selektif dalam merespon unggahan negatif.

Kesepuluh, hindari kebiasaan curhat di media sosial karena itu tak akan menyelesaikan masalah, malah orang lain akan membaca dan menilai pribadi anda. Belum lagi respon orang lain ketika membaca unggahan anda. Jangan berikan kesempatan orang lain mengetahui masalah dan menilai anda buruk karena curhat melalui media sosial.

Kesebelas, sebaiknya gunakan tata bahasa yang sopan dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Cara anda mengungkapkan pikiran melalui bahasa, menunjukan cara anda berpikir dan berperilaku.

Keduabelas, jadikan media sosial sebagai tempat mengembangkan diri. Selain media sosial meningkatkan rasa percaya diri, media sosial dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan diri akan sesuatu yang disukai, hobi, dan profesi yang digeluti. Di sisi lain, media sosial juga mampu menjadi sarana personal branding, dengan menampilkan gambaran diri sebagai pengguna media sosial yang sesuai dengan keinginan anda.

Ketigabelas, jangan lupa untuk memperhatikan waktu dalam mengunggah pesan. Maksimal dua kali sehari dalam mengunggah pesan, foto, video dengan memperhatikan waktu terbaik adalah pukul 13.00 – 16.00 selama jam kerja untuk Facebook, Instagram, TikTok, Sementara mengunggah di jam 12.00 – 13.00 selama jam makan siang yang terbaik untuk Twitter.

Keempatbelas, hasilkan sebuah karya yang dapat diunggah pada media sosial sehingga mampu memotivasi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Sangat menyenangkan jika melihat orang lain 'tergugah' untuk menghasilkan sesuatu, karena menyaksikan media sosial.

PENUTUP

Media sosial menawarkan dampak positif dalam pemanfaatannya, di sisi lain media sosial juga memiliki dampak negatif. Sehingga pengguna media sosial harus mampu memahami dengan baik dan bijak ketika menggunakan media sosial, agar mentalnya tetap sehat. Banyak hal yang harus diperhatikan setiap pengguna media sosial, dimulai saat mengetik kata, merespon pesan, mengunggah gambar, foto, video di media sosial, sehingga menghasilkan manfaat positif bagi pengguna sekaligus penikmat media sosial.

***

REFERENSI

AMM. (2019). Fenomena Media Sosial, Rela Konyol demi Likes dan Followers. https://daerah.sindonews.com/artikel/jateng/1072/fenomena-media-sosial-rela-konyol-demi-likes-dan-followers?showpage=all. (Diunduh tanggal 9 Agustus 2022).

Fuji, Novi Astuti. (2021). Mengenal Fungsi Media Sosial, berikut Pengertian dan Jenisnya. https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-kln.html. (Diunduh tanggal 8 Agustus 2022).

Nasrullah, Rullli. (2014). Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nasrullah, Rullli. (2016). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055. (Diunduh tanggal 7 Agustus 2022).

Buku ini adalah hasil pengamatan dan pemikiran 10 dosen Universitas Paramadina yang aktif mengajar pada Program Studi Ilmu komunikasi dan Magister Ilmu Komunikasi. Buku kecil ini ditulis dari berbagai perspektif komunikasi, terutama mengangkat literasi media di media baru yang marak dan massif digunakan baik untuk bersosialisasi maupun promosi.

PROXY MEDIA