

Versi online tersedia di : <http://stipram.co.id>



## JURNAL HARMONI NUSA BANGSA

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

| 2023-0815 (Cetak) / 2023-0815 (Online) | 2023-0815

Artikel

# PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA DI INDONESIA

*Achmad Alie Auliya<sup>1</sup>, Aliefian Badar Yahya<sup>2</sup>, Faizah Kanahaya Hurryos<sup>3</sup>*

*<sup>1,2,3</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta*

#### JALUR PENGIRIMAN

Diterima: 11 Oktober 2023

Revisi Akhir: 20 Oktober 2023

Tersedia secara online: 30 Oktober 2023

#### KATA KUNCI

Media Sosial, Pengaruh, Remaja

#### KORESPONDENSI

E-mail: [alieaulia3@gmail.com](mailto:alieaulia3@gmail.com)

#### A B S T R A K

Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku seseorang, terutama pada remaja. Bergaul dengan teman sebaya yang tadinya menjadi salah satu cara seorang remaja untuk mencari jati diri, kini justru banyak remaja memilih untuk menggunakan media sosial untuk menacari jati dirinya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja memiliki pengaruh baik dan buruk. Beberapa pengaruh baik dalam penggunaan media sosial adalah menjadi salah satu sarana diskusi antar remaja, serta mempermudah interaksi antar sesama. Namun tentunya juga terdapat beberapa pengaruh buruk yang di timbulkan yaitu memicu terjadinya cyberbullying dan dapat mengakibatkan kecanduan media sosial seperti yang terjadi di masa sekarang. Oleh karena itu, pengawasan dan pembatasan penggunaan media sosial sangat penting untuk mencegah terjadinya dampak buruk pada perilaku mereka.



# JURNAL HARMONI NUSA BANGSA

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

| 2023-0815 (Cetak) / 2023-0815 (Online) | 2023-0815

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan dalam masyarakat. Munculnya media sosial telah membawa perubahan pada perilaku manusia, budaya, etika dan norma-norma yang ada. Indonesia, dengan jumlah penduduk yang besar dan budaya suku, ras, dan agama yang beragam, mempunyai potensi perubahan sosial yang besar. Dengan berbagai latar belakang dan usia yang berbeda, hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan jejaring sosial sebagai sarana untuk mengumpulkan dan menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Media sosial adalah media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan di seluruh dunia. Pada Laporan We Are Social menunjukkan jumlah pengguna aktif jejaring sosial di Indonesia mencapai 167 juta pada Januari 2023. Jumlah ini setara dengan 60,4% populasi rakyat Indonesia. Namun jumlah pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 mengalami penurunan sebesar 12,57% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 191 juta. Penurunan ini merupakan yang pertama terjadi dalam satu dekade terakhir. Sedangkan waktu yang dihabiskan untuk bermain game di jejaring sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit sehari. Durasi ini merupakan yang tertinggi kesepuluh di dunia. Selain itu, jumlah pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2023 berjumlah 212,9 juta orang. Berbeda dengan jejaring sosial,

jumlah pengguna Internet pada awal tahun ini masih lebih tinggi 3,85% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Dari jumlah tersebut, 98,3% pengguna Internet di Indonesia menggunakan telepon seluler. Selain itu, rata-rata orang Indonesia menggunakan Internet 7 jam 42 menit sehari. Bagi masyarakat Indonesia, jejaring sosial seakan sudah menjadi kenyataan sudah jadi candu, tiada sehari pun tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak dapat dipisahkan dari ponsel pintar. Jejaring sosial adalah yang paling banyak digunakan oleh orang-orang masyarakat Indonesia meliputi: Facebook, LINE, WhatsApp, Twitter, Youtube, Messenger, TikTok, dan lain sebagainya. Masing-masing jejaring sosial tersebut memiliki keunggulan tersendiri untuk menarik pengguna media masyarakat yang mereka miliki.

Jejaring sosial membawa banyak manfaat memungkinkan masyarakat betah berselancar di internet dalam jangka waktu lama. Jaringan sosial mengundang siapa pun yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan umpan balik secara publik serta memberi komentar dan bagikan informasi yang diperoleh dengan cepat dan cepat terbatas. Keberadaan jejaring sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Perubahan hubungan sosial atau perubahan keseimbangan hubungan sosial dan segala bentuk perubahan pranata sosial suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosial, termasuk nilai, sikap, dan pola perilaku antar kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial yang positif seperti kemudahan pengumpulan dan transmisi informasi, memperoleh manfaat ekonomi dan sosial.

Sementara itu, perubahan sosial cenderung bersifat negatif, seperti munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku, dan perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma yang ada.

## LATAR BELAKANG

Penggunaan jejaring sosial semakin populer dan mempengaruhi hampir semua kalangan, termasuk PNS, pengusaha, pedagang, pelajar, dan lain-lain. Penggunaan pertama media sosial adalah pengiriman email pertama oleh para peneliti di Advanced Research Projects Agency, juga dikenal sebagai ARPA, pada tahun 1971. ARPA menjadi situs GeoCities. Pada tahun 1995, GeoCities menawarkan web hosting, khususnya layanan penyewaan untuk menyimpan data situs web sehingga situs web dapat diakses dari mana saja. Kemudian muncul situs jejaring sosial pada tahun 1997, dan pada tahun 1999 juga muncul situs pembuatan blok pribadi yang disebut Blogger, yang tujuannya adalah untuk memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membuat halaman Situs web mereka sendiri dapat berisi konten apa pun, termasuk hal-hal penting. Secara pribadi, blog ini tidak memerlukan banyak biaya dan tidak memerlukan banyak usaha.

Media sosial merupakan media komunikasi online yang memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten untuk blog, jejaring sosial, wiki, forum dan kita dapat menjalin pertemanan yang belum pernah kita kenal sebelumnya atau yang masih kita sebut teman virtual. Blog dan jejaring sosial adalah situs di mana setiap orang dapat membuat situs web pribadi dan kemudian terhubung dengan teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat ini menimbulkan rasa kebebasan pribadi untuk menyampaikan pendapat, ide, kritik, saran bahkan ada beberapa oknum yang menyalahgunakan media sosial ini untuk kejahatan. Beberapa kejadian yang meramalkan media sosial seperti fenomena

“om telolet om” yang ramai beberapa tahun yang lalu. Manequin Challenge juga menjadi hal yang pernah ramai di ikuti oleh masyarakat Indonesia. Media sosial juga dapat menyampaikan informasi dengan cepat salah satunya adalah gerakan demo “212” yang di hadiri hingga ribuan masyarakat. Berita berita viral yang berkaitan dengan artis, kriminalitas, hingga bencana alam juga dengan mudah tersebar kepada masyarakat dengan adanya sosial media.

Berbicara tentang fenomena “viral” tidak lepas dari peran dan pengaruh jejaring sosial terhadap kehidupan di masyarakat kita. Kondisi masyarakat Indonesia saat ini menuntut pemerintah untuk mengambil sikap adaptif dan responsif. Faktanya, jejaring sosial telah mengubah kehidupan sosial masyarakat di hampir semua tingkatan dan kelas sosial. Perubahan dan pembangunan sosial benar-benar diperlukan agar siklus sosial dapat berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengatur kebebasan penggunaan jejaring sosial di Indonesia, sehingga penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh jejaring sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia”.

## LITERATUR RIVIEW

Penggunaan jejaring sosial semakin populer dan mempengaruhi hampir semua kalangan, termasuk PNS, pengusaha, pedagang, pelajar, dan lain-lain. Penggunaan pertama media sosial adalah pengiriman email pertama oleh para peneliti di Advanced Research Projects Agency, juga dikenal sebagai ARPA, pada tahun 1971. ARPA menjadi situs GeoCities. Pada tahun 1995, GeoCities menawarkan web hosting, khususnya layanan penyewaan untuk menyimpan data situs web sehingga situs web dapat diakses dari mana saja. Kemudian muncul situs jejaring sosial pada tahun 1997, dan pada tahun 1999 juga muncul situs pembuatan blok pribadi yang disebut Blogger, yang tujuannya adalah untuk memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membuat halaman Situs web mereka sendiri dapat berisi konten apa pun, termasuk

hal-hal penting. Secara pribadi, blog ini tidak memerlukan banyak biaya dan tidak memerlukan banyak usaha.

Media sosial merupakan media komunikasi online yang memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten untuk blog, jejaring sosial, wiki, forum dan kita dapat menjalin pertemanan yang belum pernah kita kenal sebelumnya atau yang masih kita sebut teman virtual. Blog dan jejaring sosial adalah situs di mana setiap orang dapat membuat situs web pribadi dan kemudian terhubung dengan teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.

Dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat ini menimbulkan rasa kebebasan pribadi untuk menyampaikan pendapat, ide, kritik, saran bahkan ada beberapa oknum yang menyalahgunakan media sosial ini untuk kejahatan. Beberapa kejadian yang meramalkan media sosial seperti fenomena “om telolet om” yang ramai beberapa tahun yang lalu. Manequin Challenge juga menjadi hal yang pernah ramai di ikuti oleh masyarakat Indonesia. Media sosial juga dapat menyampaikan informasi dengan cepat salah satunya adalah gerakan demo “212” yang di hadiri hingga ribuan masyarakat. Berita berita viral yang berkaitan dengan artis, kriminalitas, hingga bencana alam juga dengan mudah tersebar kepada masyarakat dengan adanya sosial media.

Berbicara tentang fenomena “viral” tidak lepas dari peran dan pengaruh jejaring sosial terhadap kehidupan di masyarakat kita. Kondisi masyarakat Indonesia saat ini menuntut pemerintah untuk mengambil sikap adaptif dan responsif. Faktanya, jejaring sosial telah mengubah kehidupan sosial masyarakat di hampir semua tingkatan dan kelas sosial. Perubahan dan pembangunan sosial benar-benar diperlukan agar siklus sosial dapat berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengatur kebebasan penggunaan jejaring sosial di Indonesia, sehingga penulis ingin melakukan

penelitian dengan judul “Pengaruh jejaring sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia”.

## **METODE**

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

## **TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial, menjelaskan apa saja pengaruh jejaring sosial terhadap remaja dalam perkembangan dan pemahaman tentang siapa dirinya serta pengaruh terhadap perilaku remaja yang disebabkan oleh media sosial saat ini.

## **MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat Praktis dalam penelitian ini yaitu agar masyarakat dapat menjadikan penelitian ini menjadi bahan evaluasi untuk remaja agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini juga dapat dijadikan untuk bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ini melakukan penelitian yang serupa.

Manfaat Teoris pada penelitian ini yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku masyarakat.

## **RUMUSAN MASALAH**

Dalam hal ini juga terdapat beberapa rumusan masalah yang terdiri dari bagaimana dampak negatif dan positif media sosial terhadap perilaku remaja, solusi terbaik untuk dampak

buruk yang ditimbulkan serta bagaimana cara agar kita sebagai remaja dapat menggunakan media sosial dengan baik.

**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Teknik pengumpulan data yang kami lakukan pada penelitian ini, yaitu :

1. Metode Kuisisioner  
Metode kuisisioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan yang di berikan kepada orang lain dan di jadikan responden untuk dijawabnya.
2. Metode Observasi  
Metode observasi merupakan sebuah metode yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan kepada beberapa remaja di lingkungan kampus.

**HASIL**

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

**Tabel**

**Tabel 1. Distribusi Frekuensi Seberapa Sering Responden Menggunakan Media Sosial dalam Sehari**

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

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

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

**Tabel 2. Distribusi Frekuensi Sejak Kapan Responden Menggunakan Media Sosial**

|       | Frekuensi | Presentase (%) |
|-------|-----------|----------------|
| TK    | 1         | 4,8%           |
| SD    | 15        | 71,4%          |
| SMP   | 5         | 23,8%          |
| SMA   | 0         | 0%             |
| Total | 21        | 100%           |

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

**Tabel 3. Distribusi Frekuensi Jenis Media Sosial Yang Paling Sering Responden Akses**

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

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

**Tabel 4. Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Bahwa Media Sosial Mengganggu Jam Tidur Responden**

| Pernyataan          | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju       | 3         | 14,3%          |
| Setuju              | 14        | 66,7%          |
| Netral              | 4         | 19%            |
| Tidak Setuju        | 0         | 0%             |
| Sangat Tidak Setuju | 0         | 0%             |
| Total               | 21        | 100%           |

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

**Tabel 5. Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Bahwa Media Sosial Mempengaruhi Konsentrasi dan Produktivitas Responden dalam Belajar**

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

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

konsentrasi produktivitas dalam belajar, dan tidak ada orang yang tidak setuju ataupun sangat tidak setuju bahwa media sosial mempengaruhi konsentrasi produktivitas dalam belajar.

**Tabel 6. Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Bahwa Media Sosial Menjadi Salah Satu Faktor Orang Mengalami Stres atau Kecemasan yang Disebabkan oleh Interaksi atau Konten di Media Sosial**

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

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

**Tabel 7. Distribusi Frekuensi Pendapat Responden Bahwa Responden Merasa Lebih Asik di Media Sosial Daripada Diri Responden yang Sebenarnya**

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

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 4 orang (19%) sangat setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri responden yang sebenarnya, 4 orang (19%) setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri responden yang sebenarnya, 9 orang (42,9%) netral bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri responden yang sebenarnya, 3 orang (14,3%) tidak setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri responden yang sebenarnya, 1 orang (4,8%) sangat tidak setuju bahwa responden merasa lebih asik di media sosial daripada diri responden yang sebenarnya.

**Tabel 8. Distribusi Frekuensi Pendapat Bahwa Responden Bahwa Media Sosial Mempengaruhi Persepsi Diri dan Citra Tubuh Responden**

| Pernyataan          | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju       | 4         | 19%            |
| Setuju              | 8         | 38,1%          |
| Netral              | 8         | 38,1%          |
| Tidak Setuju        | 1         | 4,8%           |
| Sangat Tidak Setuju | 0         | 0%             |
| Total               | 21        | 100%           |

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 4 orang (19%)

sangat setuju bahwa media sosial mempengaruhi persepsi dan citra tubuh responden, 8 orang (38,1%) setuju bahwa media sosial mempengaruhi persepsi dan citra tubuh responden, 8 orang (38,1%) netral bahwa media sosial mempengaruhi persepsi dan citra tubuh responden, 1 orang (4,8%) tidak setuju bahwa media sosial mempengaruhi persepsi dan citra tubuh responden, dan tidak ada orang yang sangat tidak setuju bahwa media sosial mempengaruhi persepsi dan citra tubuh responden.

**Tabel 9. Distribusi Frekuensi Pendapat Bahwa Media Sosial Dapat Mempengaruhi Orang dan Menjadikan Ketidaknyamanan atau Tekanan dari Standar Kecantikan yang Diperlihatkan di Media Sosial**

| Pernyataan          | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju       | 5         | 23,8%          |
| Setuju              | 13        | 61,9%          |
| Netral              | 2         | 9,5%           |
| Tidak Setuju        | 1         | 4,8%           |
| Sangat Tidak Setuju | 0         | 0%             |
| Total               | 21        | 100%           |

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 5 orang (23,8%) sangat setuju bahwa media sosial dapat mempengaruhi orang dan menjadikan ketidaknyamanan atau tekanan dari standar kecantikan yang diperlihatkan di media sosial, 13 orang (61,9%) setuju bahwa media sosial dapat mempengaruhi orang dan menjadikan ketidaknyamanan atau tekanan dari standar kecantikan yang diperlihatkan di media sosial, 2 orang (9,5%) netral bahwa media sosial dapat mempengaruhi orang dan menjadikan ketidaknyamanan atau tekanan dari standar kecantikan yang diperlihatkan di media sosial, 1 orang (4,8%) tidak setuju bahwa media sosial dapat mempengaruhi orang dan menjadikan ketidaknyamanan atau tekanan dari standar kecantikan yang diperlihatkan di media sosial, dan tidak ada

orang yang sangat tidak setuju bahwa media sosial dapat mempengaruhi orang dan menjadikan ketidaknyamanan atau tekanan dari standar kecantikan yang diperlihatkan di media sosial.

**Tabel 10. Distribusi Frekuensi Pendapat Bahwa Media Sosial Membantu atau Menghambat pembentukan Identitas Digital dan Profesional Responden**

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

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 1 orang (4,8%) sangat setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, 10 orang (47,6%) setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, 8 orang (38,1%) netral bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, 1 orang (4,8%) tidak setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden, dan 1 orang (4,8%) sangat tidak setuju bahwa media sosial membantu atau menghambat pembentukan identitas digital dan profesional responden.

**Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pendapat Bahwa Responden Bisa Disebut Sebagai Pecandu Media Sosial**

| Pernyataan    | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|-----------|----------------|
| Sangat Setuju | 1         | 4,8%           |

|                     |    |       |
|---------------------|----|-------|
| Setuju              | 12 | 57,1% |
| Netral              | 6  | 28,6% |
| Tidak Setuju        | 1  | 4,8%  |
| Sangat Tidak Setuju | 1  | 4,8%  |
| Total               | 21 | 100%  |

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa dari 21 responden, sebanyak 1 orang (4,8%) sangat setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 12 orang (57,1%) setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 6 orang (28,6%) netral bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 1 orang (4,8%) tidak setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial, 1 orang (4,8%) sangat tidak setuju bahwa responden bisa disebut sebagai pecandu media sosial.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat kami ambil dari hasil observasi ini yaitu sebagian besar remaja Indonesia merasa media sosial menjadi hal yang membuat candu. Selain itu, penggunaan media sosial dapat mempengaruhi persepsi terhadap diri seseorang. Remaja Indonesia juga menganggap bahwa penggunaan media sosial dapat mengganggu jam tidur dan psikis seseorang dan beberapa dampak buruk lainnya.

Dari hal tersebut kami berharap, pengguna media sosial dapat mengontrol penggunaan media sosial dengan baik dan tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.

## REFERENSI

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*.
- Cahyono, A. S. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Fatmawati, N. (2021). *Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html#:~:text=dampak media sosial&text=Sedangkan dampak negatif dari media,terhadap pengaruh buruk orang lain.>
- Fitri, S. (2017). *Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak*. [yopataufiksaleh,+Section+editor,+5-99Z\\_Article+Text-67-1-6-20170326.docx.pdf](yopataufiksaleh,+Section+editor,+5-99Z_Article+Text-67-1-6-20170326.docx.pdf)
- Fronika, W. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja*. <https://osf.io/48nxt/download>
- Hernawati. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat*.
- Khairuni, N. (2016). *Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak*. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/cobaBK/article/view/693>
- Kumala, E. A. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat*. <https://www.indonesiana.id/read/162452/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-masyarakat>
- Maharani, T. S. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Diri Masyarakat*. <https://timesindonesia.co.id/amp/kopi-times/389153/pengaruh-media-sosial-terhadap-diri-masyarakat>
- Nurwati, N. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*. <https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625>
- Rafiq, A. (2020). *Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat*. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1704>
- Rahman, J. (2017). *Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa*.
- Rifki, M. (2022). *Edukasi Bahaya Media Sosial Pada Remaja*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Rohana, M. (2023). *Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Remaja*.
- Rosyidiyanto, D. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Sosial Masyarakat di Indonesia*. <https://www.coursehero.com/file/40528870/Pengaruh-media-sosial-terhadap-sosial-masyarakat-di-Indonesiapdf/>
- Syarifa, C. (2020). *Dampak Media Sosial Dalam Gaya Hidup Sosial*.

<https://media.neliti.com/media/publications/299769-dampak-media-sosial-dalam-gaya-hidup-sos-a02ee915.pdf>

Wibisono, T. (2018). *Analisi Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Prestasi Akademik Pelajar Tingkat Sekolah Menengah Pertama*.

Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*.  
<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Winarti, Y. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cybersex Pada Remaja*.

Zakawali, G. (2023). *Dampak Media Sosial Dari Sisi Positif dan Negatif*.  
<https://www.orami.co.id/magazine/dampak-media-sosial?page=all>