

Pengaruh Penggunaan Media Digital dan Peran Keluarga Terhadap Perilaku Sosial Para Remaja

* Cahyono¹⁾, Raihan²⁾, Mulki Siregar³⁾, Achmad Sutrisna⁴⁾, Yuli Marlina⁵⁾

^{1,2,3,4}Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Jakarta

⁵PAI, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Jakarta

Correspondence author: yuli marlina , yulie.marlina@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.37012/jipmht.v6i1.769>

Abstrak

Pola kehidupan sehari-hari yang terjadi saat ini telah berubah sejak adanya teknologi internet masuk dalam sebuah perangkat yang bersifat mobile sehingga orang dapat berkomunikasi di manapun berada. Pesatnya perkembangan media sosial di kalangan remaja sebagai alat komunikasi yang mudah digunakan oleh siapa saja dan dapat diakses di mana saja membuat fenomena besar terhadap arus informasi, tidak hanya itu pertumbuhan media sosial membawa trend baru dalam masyarakat sebagai ajang untuk melakukan tindakan penindasan secara online atau yang lebih dikenal dengan sebutan *cyberbullying*. Berdasar hasil analisis diperoleh Koefisien jalur media digital terhadap perilaku sosial berpengaruh negatif sebesar - 0,11. artinya 11% perilaku sosial dipengaruhi karena keberadaan media digital. Adapun indikator yang paling kuat suka mengoleksi film pertarungan. Untuk koefisien jalur keluarga terhadap perilaku sosial berpengaruh positif sebesar 0,65. artinya 65% keluarga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku sosial. Adapun indikator yang paling kuat adalah ortu selalu mencukupi kebutuhan. Sedangkan untuk koefisien jalur keluarga, dan media digital berpengaruh negatif bersama-sama terhadap perilaku sosial sebesar -0,11 dan - 0,33. Adapun dimensi yang paling kuat merefleksikan perilaku sosial adalah pernah membedakan/mendeskripsikan teman.

Kata Kunci: media digital, peran keluarga, perilaku sosial

Abstract

The pattern of daily life that occurs today has changed since the internet technology entered into a mobile device so that people can communicate wherever they are. The rapid development of social media among teenagers as a communication tool that is easy to use by anyone and can be accessed anywhere has created a big phenomenon in the flow of information, not only that, the growth of social media has brought new trends in society as an arena for online or better known as cyberbullying. Based on the results of the analysis, the coefficient of the digital media path on social behavior has a negative effect of -0.11. meaning that 11% of social behavior is influenced by the presence of digital media. The most powerful indicator likes to collect fighting films. The family path coefficient on social behavior has a positive effect of 0.65. meaning that 65% of families have a considerable influence on social behavior. The strongest indicator is that parents always meet their needs. Meanwhile, the coefficient of family path and digital media have a negative effect on social behavior of -0.11 and -0.33. The dimension that most strongly reflects social behavior is having differentiated/described friends

Keywords: digital media, family role, social behavior]

PENDAHULUAN

Pola kehidupan sehari-hari yang terjadi saat ini telah berubah sejak adanya teknologi internet masuk dalam sebuah perangkat yang bersifat mobile sehingga orang dapat berkomunikasi di manapun berada. Dengan adanya teknologi internet ini, bumi seakan menjadi desa kecil yang tidak pernah tidur, semua jenis kegiatan dapat difasilitasi oleh teknologi internet.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Dari jumlah pengguna internet tersebut menunjukkan bahwa 80% diantaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Indonesia menempati peringkat 4 pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Indonesia menempati peringkat 5 pengguna Twitter terbesar di dunia. Posisi Indonesia hanya kalah dari USA, Brazil, Jepang dan Inggris. (Kementerian Komunikasi Dan Informatika, n.d.).

Pesatnya perkembangan media sosial di kalangan remaja sebagai alat komunikasi yang mudah digunakan oleh siapa saja dan dapat diakses di mana saja membuat fenomena besar terhadap arus informasi, tidak hanya itu pertumbuhan media sosial membawa trend baru dalam masyarakat sebagai ajang untuk melakukan tindakan penindasan secara online atau yang lebih dikenal dengan sebutan *cyberbullying*.

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, menyatakan bahwa sekitar 49% pengguna internet di Indonesia pernah mengalami *cyberbullying* berupa ejekan dan pelecehan verbal di media sosial (*BULETINAPJIIEDISI79Januari20211.Pdf*, n.d.). Lembaga donasi anti bullying, Ditch The Label, juga menyatakan bahwa satu dari lima remaja merupakan korban *cyber-bullying* (*Instagram Jadi Media “Cyber-Bullying” Nomor 1 Halaman All - Kompas.Com*, n.d.). Survey tersebut menunjukkan bahwa 42% dari 10.000 remaja berusia 12 hingga 20 tahun, mengaku pernah mengalami *cyberbullying* di Instagram berupa komentar negatif pada postingan tertentu, pesan personal yang tidak menyenangkan, serta menyebarkan postingan atau profil akun Instagram tertentu dengan tujuan mengolok-olok. Persentase tersebut disusul oleh Facebook sebesar 37% dan Snapchat 31%. Banyak kasus *cyberbullying* pada remaja di Indonesia diakibatkan oleh kaburnya batasan antara ruang privat dan publik di media sosial. Contohnya terlihat pada kasus *cyberbullying* yang dilakukan remaja pengguna media sosial di Indonesia terhadap pemeran antagonis dalam sebuah drama korea yang sedang populer.

(Cyberbullying: Pengertian, Dampak & Kasus Cyberbullying Di Indonesia, n.d.)

Semakin banyaknya perubahan yang dialami remaja saat ini dikarenakan dampak dari era digital yang begitu cepat, sehingga bukan hanya perilaku yang mengarah ke arah positif, namun perilaku tersebut juga mengarah ke sisi yang negatif, yang biasa dikenal dengan istilah perilaku yang menyimpang. Perilaku ini akan membawa sikap yang dianggap tidak sesuai dengan norma sosial yang berlaku di lingkungan masyarakat. *(Apa Itu Cyberbullying Dan Bagaimana Menghentikannya? - UNICEF Indonesia, n.d.)*

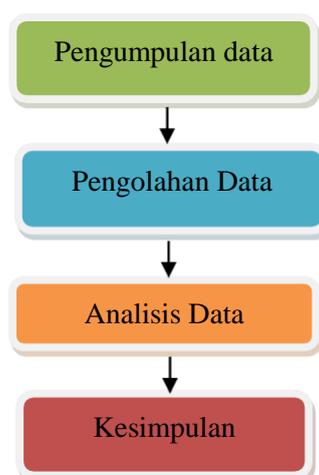
METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif, yaitu dengan cara mencari informasi tentang gejala yang ada di lapangan, dengan cara mendefinisikan secara jelas tujuan yang akan dicapai, berdasarkan hasil pengumpulan data sebagai bahan untuk membuat laporan.

Penelitian ini merupakan penelitian survei, di mana tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara detail tentang perilaku sosial di kalangan remaja dalam memanfaatkan media digital dan peran serta keluarga sebagai kontrol perilaku mereka.

Dalam kajian ini, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Memberikan gambaran dan informasi tentang pengaruh media digital dan peran keluarga perilaku sosial di kalangan remaja.
2. Merekomendasikan dan menindak lanjuti atas gambaran dan informasi tentang potret permasalahan yang terjadi pada anak sekolah menengah atas di Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.



Populasi dalam penelitian ini adalah para peserta didik sekolah menengah atas yang berada di Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur pada tahun 2021. Metode yang dapat digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel, adalah metode Slovin:

Di mana:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : Besarnya sampel minimal yang dibutuhkan N : Jumlah populasi

e : Tingkat signifikansi

Dengan demikian besarnya sampel yang dibutuhkan bagi kajian ini adalah sebesar 723 siswa. Metode yang dapat digunakan untuk menetapkan objek sampel, salah satu di antaranya menggunakan pendekatan *Non-random sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, ini didasarkan oleh pendekatan wilayah dengan tingkat/jumlah kekerasan yang terjadi pada daerah.

Jenis data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yang diperoleh berupa skor penilaian, yaitu Sangat Setuju (SS) dengan nilai = 4, Setuju (S) dengan nilai = 3, Tidak Setuju (TS) dengan nilai = 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai =1. Hasil penilaian kuantitatif yang diperoleh kemudian diakumulasikan dengan bentuk kalimat.

Angket tertutup (*closed questionnaire*) merupakan instrumen yang digunakan dalam penelitian dan pengembangan ini. Angket tertutup berisi pertanyaan dan pilihan jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang tepat dan sesuai (Arikunto, 2010). Pertimbangan menggunakan angket tertutup adalah supaya responden memiliki kesempatan mempertimbangkan jawaban pada pertanyaan dengan cermat dan teliti. Skala likert dengan 4 pilihan jawaban yang digunakan dalam penelitian ini. Skala tersebut diberikan skor untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (SS)

=4, jawaban Setuju (S) =3, jawaban Tidak Setuju (TS) =2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) =1 (Riduwan, 2015).

Berdasarkan penelitian ini, penulis menerapkan teknik analisis data menggunakan *Statistical Equal Modelling* (SEM). Data kuantitatif dimanfaatkan untuk mendeskripsikan penilaian dari penilaian terhadap nilai-nilai media digital dan peran keluarga. Analisis data dilakukan bentuk uji kevalidan dari penilaian terhadap nilai- nilai media digital dan peran keluarga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis pengujian model dengan menggunakan metode SEM diperlukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model yang diperoleh telah dan dapat memenuhi ukuran ketepatan model

(*Goodness of fit measures*). Model hasil data estimasi dapat dikatakan baik bila memenuhi persyaratan model fit, maka harus melalui beberapa kriteria pengujian seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Ukuran Kesesuaian Model

Indikator GOF	Ukuran yang diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	$GFI \geq 0,90$	0,910	Good Fit
RMSEA	$RMSEA < 0,08$	0,079	Good Fit
<i>Ukuran Incremental fit</i>			
NNFI	$NNFI \geq 0,90$	0,965	Good Fit
NFI	$NFI \geq 0,90$	0,964	Good Fit
AGFI	$AGFI \geq 0,90$	0,943	Good Fit
RFI	$RFI \geq 0,90$	0,943	Good Fit
IFI	$IFI \geq 0,90$	0,984	Good Fit
CFI	$CFI \geq 0,90$	0,983	Good Fit
PGFI	$PGFI \geq 0,60$	0,678	Good Fit

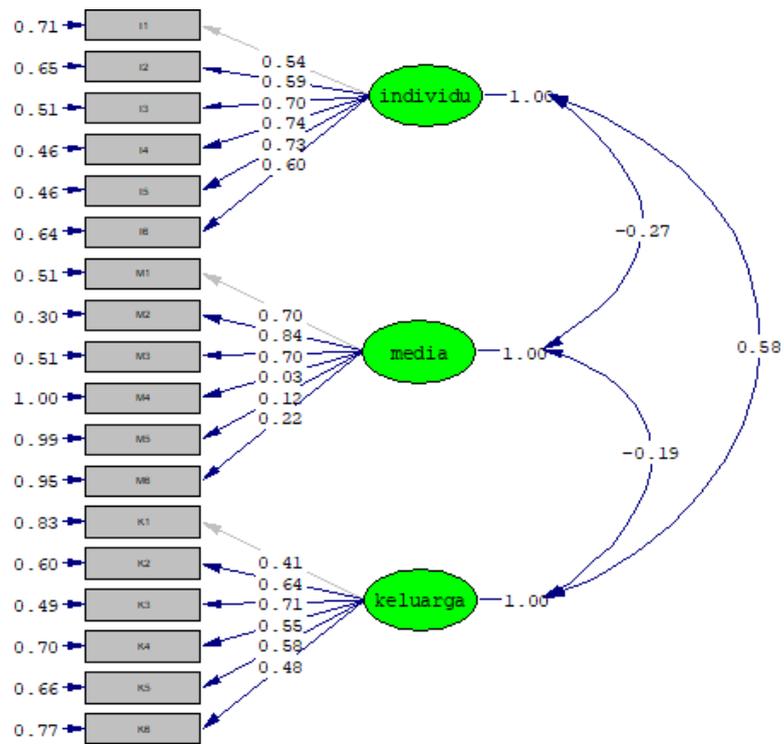
Sumber : Data primer hasil penelitian, 2021

Keterangan notasi :

- GFI = *Goodness of Fit Index*
- RMSEA = *Root Mean Square Error of Approximation*
- NNFI = *Non-Normed Fit Index*
- NFI = *Normed Fit Index*
- AGFI = *Adjusted Goodness of Fit Index*
- RFI = *Relatif Fit Index*
- IFI = *Incremental Fit Index*
- CFI = *Comparatif Fit Index*
- PGFI = *Parsimony Goodness of Fit index*

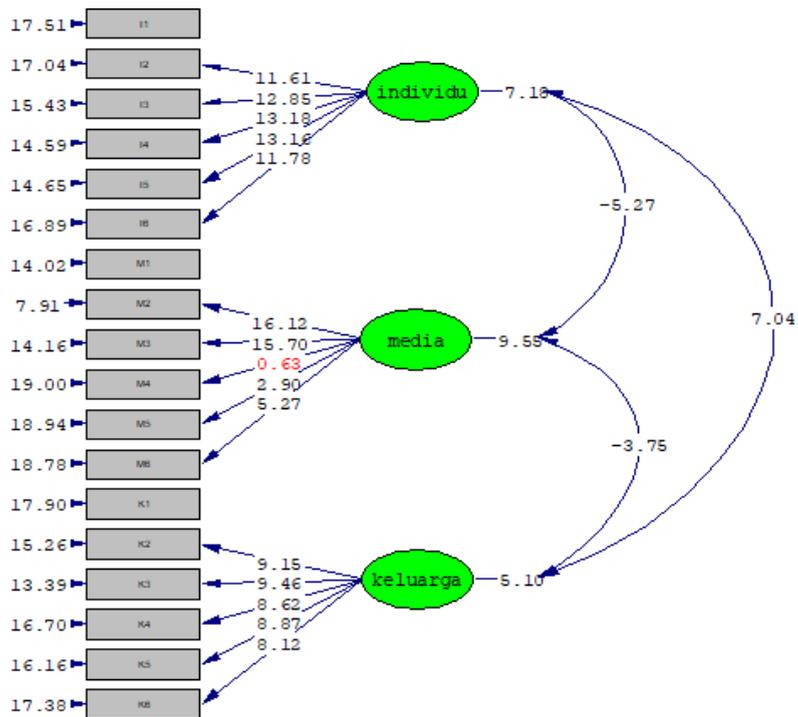
Berdasarkan tabel di atas hasil uji kriteria model dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa hasil pengujian yang diperoleh telah memenuhi kriteria ukuran ketepatan model (*Goodness of fit measures*) dan dapat dikatakan model yang diperoleh dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara model yang diteliti. Kesembilan kriteria yang diuji seluruhnya memenuhi standar *good fit*. Dengan demikian data tersebut telah memenuhi syarat dan analisis dapat dilanjutkan.

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui adanya kekuatan atau keamatan antar variabel eksogen. Untuk mengetahui tingkat korelasi antar variabel penelitian dari variabel media digital, peran keluarga, dan perilaku sosial dapat disajikan pada gambar di bawah ini.



Chi-Square=894.83, df=132, P-value=0.00000, RMSEA=0.089

Gambar 1. Standarize Loading Correlation Variable
 (Sumber : Data primer hasil penelitian, 2021)



Chi-Square=894.83, df=132, P-value=0.00000, RMSEA=0.089

Gambar 2. T-Value Correlation Variable
 (Sumber : Data primer hasil penelitian, 2021)

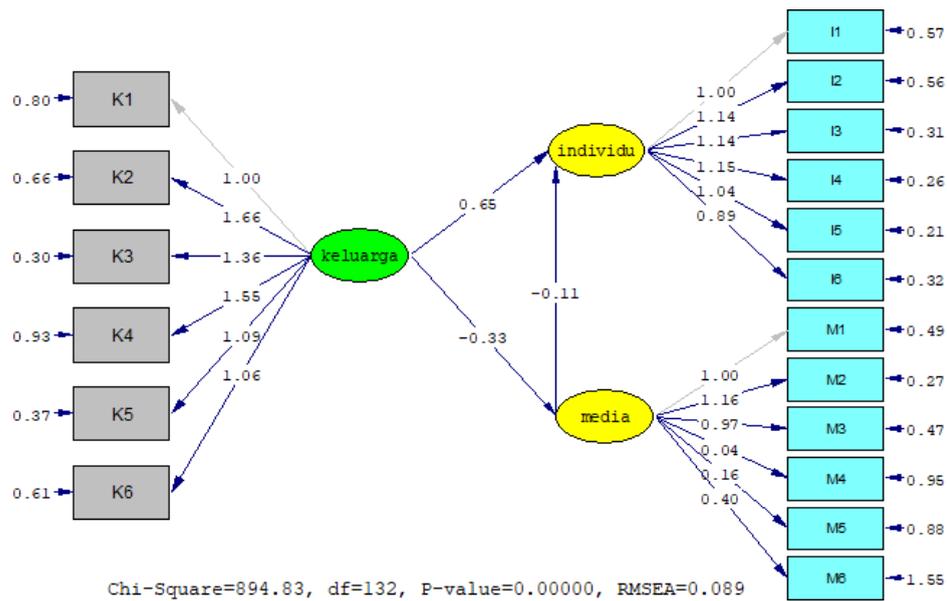
Berdasarkan gambar di atas tingkat korelasi variabel penelitian dari variabel media digital, peran keluarga dan perilaku sosial (individu) dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Tingkat korelasi variabel media digital dengan sebesar 0,27 berada perilaku sosial (individu) berada pada rentang 0,10 – 0,399 menunjukkan tingkat hubungan yang rendah bernilai negatif dan memiliki makna hubungan berlawanan arah, artinya variabel perilaku sosial (individu) mengalami penurunan satu satuan (pola) maka perilaku sosial (individu) juga menurun sebesar 0,27
2. Tingkat korelasi variabel peran keluarga dengan perilaku sosial (individu) sebesar 0,58 berada pada rentang 0,40 – 0,599 menunjukkan tingkat hubungan yang sedang pula serta bernilai positif dan memiliki makna hubungan searah, artinya variabel perilaku sosial (individu) mengalami peningkatan satu satuan (pola) maka peran keluarga juga meningkat sebesar 0,58.
3. Tingkat korelasi variabel media digital dengan peran keluarga sebesar 0,19 juga berada pada rentang 0,10 – 0,399 menunjukkan tingkat hubungan yang rendah bernilai negatif dan memiliki makna hubungan berlawanan arah, artinya variabel media digital mengalami penurunan satu satuan (pola) maka peran keluarga juga menurun sebesar 0,19.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel keluarga memiliki hubungan positif terhadap perilaku sosial (individu) memiliki korelasi yang sedang daripada media digital terhadap perilaku sosial.

1.2.2. Penilaian Kesesuaian Model Struktural Penelitian

Berdasarkan penilaian kesesuaian model, nilai statistik pada parameter *goodness of fit* semua sudah baik, sehingga output Lisrel dari model tersebut, sudah dapat digunakan untuk pengujian hipotesa. Berikut gambar dari model struktural tersebut :



Gambar 3. Model Struktural

Berdasarkan hasil statistik SEM di atas, dilihat dari nilai probabilitas antara pengaruh satu variabel dengan variabel lain harus dibawah *Level of Significant* = 0.05, maka gambar model struktural menunjukkan bahwa dari tiga arah yang dihipotesiskan dalam penelitian ini, ada dua jalur arah yaitu Peran Keluarga → Individu, dan Media Digital → Individu bersifat signifikan. Tabel 1 di bawah ini menunjukkan ringkasan uji hipotesis dan level signifikansi dari masing-masing arahan yang dihipotesiskan.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis dan Signifikansi variabel Penelitian

Uji Hipotesis	Arah Pengaruh	Koefisien Jalur (γ/R^2)	t hitung / F hitung	T tabel / F tabel	Hasil	Kesimpulan Statistik
<ul style="list-style-type: none"> Ho : $\gamma_{11} = 0$ tidak terdapat pengaruh Ha : $\gamma_{11} \neq 0$ terdapat pengaruh 	-	0,11	3,71	1,96	Signifikan	Ho ditolak dan Ha diterima, terdapat pengaruh Media Digital terhadap Perilaku Sosial
<ul style="list-style-type: none"> Ho : $\gamma_{21} = 0$ tidak terdapat pengaruh Ha : $\gamma_{21} \neq 0$ terdapat pengaruh 	+	0,65	7,37	1,96	Signifikan	Ho ditolak dan Ha diterima, terdapat pengaruh Keluarga terhadap Perilaku Sosial
<ul style="list-style-type: none"> Ho : $\gamma_{1231} = 0$ tidak terdapat pengaruh Ha : $\gamma_{1231} \neq 0$ terdapat pengaruh 	-	0,15	6,82	2,60	Signifikan	Ho ditolak dan Ha diterima, terdapat Media Digital dan Peran Keluarga terhadap Perilaku Sosial

Berdasarkan tabel 1, maka hubungan variabel media digital, peran keluarga, dan perilaku sosial (individu) dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Hipotesis 1 : Pengaruh media digital terhadap perilaku sosial

Hasil pengujian pada hipotesis pertama variabel media digital secara parsial menunjukkan adanya pengaruh yang negatif dan signifikan, ini dibuktikan dari uji signifikan dari $T - Value$ memiliki nilai $t_{hitung} 3,71 > 1,96$ (nilai kritis) dan koefisien jalur 0,11 terhadap perilaku sosial. Besarnya koefisien tersebut menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh langsung sebesar $(0,11)^2 = 1,21\%$. Dari hipotesis ini maka H_a diterima dan H_o ditolak. Konstruk yang membentuk variabel laten media digital adalah indikator sering menonton film pertarungan, suka mengoleksi film pertarungan, pernah meniru, sering memainkan game pertarungan, dan pernah menonton adegan seronok. Di mana indikator tersebut memberikan dorongan atau dukungan terhadap variabel laten tersebut. Indikator yang paling dominan memberikan nilai kontribusi suka mengoleksi film pertarungan/Action sebesar 1,16. Kemudian pada perilaku sosial, koefisien yang dominan sebesar 1,15 dengan indikator pernah membedakan/mendeskrinasikan teman.

2) Hipotesis 2 : Pengaruh peran keluarga terhadap perilaku sosial

Hasil pengujian pada hipotesis kedua variabel peran keluarga secara parsial menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan, ini dibuktikan dari uji signifikan dari $T - Value$ memiliki nilai $t_{hitung} 7,37 > 1,96$ (nilai kritis) dan koefisien jalur 0,65 terhadap perilaku sosial. Besarnya koefisien tersebut menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh langsung sebesar $(0,65)^2 = 42,25\%$. Dari hipotesis ini maka H_a diterima dan H_o ditolak. Konstruk yang membentuk variabel laten peran keluarga adalah indikator ortu selalu memperhatikan, ortu selalu mencukupi, ortu selalu mengingatkan, ortu sering menyalahkan, ortu sering memahami, dan ortu pernah memukul. Di mana dimensi tersebut memberikan dorongan atau dukungan terhadap variabel laten. Indikator yang paling dominan memberikan nilai kontribusi yaitu sebesar 1,66 dengan indikatornya orang tua selalu mencukupi kebutuhan.

3) Hipotesis 3 : Pengaruh peran keluarga, dan media digital terhadap perilaku sosial

Hasil pengujian pada hipotesis ketiga variabel media digital dan peran keluarga terhadap perilaku sosial secara simultan (bersama-sama) menunjukkan pengaruh yang negatif dan signifikan, ini dibuktikan dari uji signifikan dari $F - Value$ memiliki nilai $t_{hitung} 6,82 > 2,60$ (nilai kritis) dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,3639 atau 36,39% terhadap perilaku sosial. Sedangkan sisanya sebesar 0,6361 atau 63,61% adalah variabel lain ($Zeta/\xi$) yang berpengaruh terhadap perilaku sosial, tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun model persamaan yang berdasarkan pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

media = - 0.3314*keluarga, Errorvar.= 0.4560, R² = 0.03782
-3.8195 9.4904

individu = - 0.1109*media + 0.6544*keluarga, Errorvar.= 0.1461, R² =
0.3639
-3.7108 7.3714 6.8199.

SIMPULAN

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa;

1. Koefisien jalur media digital terhadap perilaku sosial berpengaruh negatif sebesar -0,11. artinya 11% perilaku sosial dipengaruhi karena keberadaan media digital. Media digital ini direfleksikan oleh indikator sering menonton film pertarungan, suka mengoleksi film pertarungan, pernah meniru, sering memainkan game pertarungan, dan pernah menonton adegan seronok. Adapun indikator yang paling kuat suka mengoleksi film pertarungan.
2. Koefisien jalur keluarga terhadap perilaku sosial berpengaruh positif sebesar 0,65. artinya 65% keluarga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku sosial. Keluarga ini direfleksikan oleh indikator ortu selalu memperhatikan, ortu selalu mencukupi, ortu selalu mengingatkan, ortu sering menyalahkan, ortu sering memahami, dan ortu pernah memukul. Adapun indikator yang paling kuat adalah ortu selalu mencukupi kebutuhan.
3. Koefisien jalur keluarga, dan media digital berpengaruh negatif bersama-sama terhadap perilaku sosial sebesar -0,11 dan -0,33. Adapun dimensi yang paling kuat merefleksikan perilaku sosial adalah pernah membedakan/mendeskripsikan teman.

Aknowledgment

Teriring do'a dan rasa terimakasih dihaturkan penulis dalam melaksanakan penelitian pendanaan program penelitian kebijakan merdeka belajar kampus merdeka dan pengabdian masyarakat berbasis hasil penelitian oleh KEMENDIKRISTEK dan Universitas Islam Jakarta, serta tidak lupa rasa terimakasih untuk mahasiswa Universitas Islam Jakarta dalam pelaksanaan penelitian kolaborasi antara Dosen dan Mahasiswa.

Conflict of interest

Dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya *conflict of interest* antara KEMENDIKRISTEK, Universitas Islam Jakarta, Mahasiswa, dan penulis.

REFERENSI

- Apa itu cyberbullying dan bagaimana menghentikannya? - UNICEF Indonesia.* (n.d.). Retrieved December 30, 2021, from <https://www.unicef.org/indonesia/id/child-protection/apa-itu-cyberbullying>
- BULETINAPJIHEDISI79Januari20211.pdf.* (n.d.).
- Cyberbullying: Pengertian, Dampak & Kasus Cyberbullying di Indonesia.* (n.d.). Retrieved December 30, 2021, from <https://www.dslalawfirm.com/cyberbullying/>
- Instagram Jadi Media “Cyber-Bullying” Nomor 1 Halaman all - Kompas.com.* (n.d.). Retrieved December 30, 2021, from <https://tekno.kompas.com/read/2017/07/21/12520067/instagram-jadi-media-bullying-nomor-1?page=all>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika.* (n.d.). Retrieved December 30, 2021, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satkerS