

FENOMENA PENGGUNAAN FACEBOOK SEBAGAI AJANG EKSTISTENSI DIRI REMAJA DI KOTA BATAM

Ardhiya Annisa Ardhy¹, Muhammad Syafi'i²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam
e-mail: pb161110028@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Facebook is one of the most popular social media, even in early 2019, Indonesia ranks 4th in the number of Facebook users in the world for total of 120 million or 44.94 percent of the total population. Facebook was created by Mark Zuckerberg and can attract the attention of many users of various ages. Facebook has a variety features: sharing status, photos, stories, and even marketplace. The trend to always appear on social media like Facebook makes people continuously upload their status, and photos. Not only to show their activity, but they expect to get a lot of likes for everything they upload. The purpose of the research is to know how the phenomenon of the use of Facebook as a place to get the self-existence of teenagers in Batam city. This type of research uses descriptive qualitative methods . Data collection techniques are conducted by observation, in-depth interviews, and study of libraries from various sources of research materials. The samples used in this study were obtained by the Snowball Sampling technique. The results of this study showed that there was a hyperreality in most teenagers in the city of Batam who wanted to exist on their social media Facebook.

Keywords: Facebook; Hyperreality Theory; Self Existence; Teenagers.

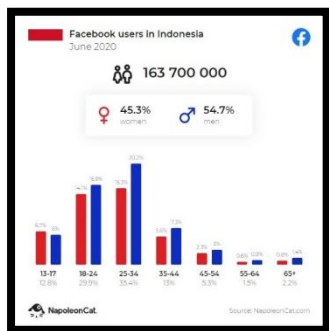
PENDAHULUAN

Social media atau media sosial merupakan salah satu hal yang semakin diminati oleh para pengguna internet saat ini. *Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, Line*, dan lainnya merupakan bukti dari sekian banyaknya media sosial yang terus berkembang dan menawarkan

berbagai fasilitas yang berbeda-beda, sehingga pengguna dapat memilih menggunakan media sosial yang sesuai dengan kebutuhannya. ("Facebook Users in Indonesia," 2020)

Menurut data statistik yang dilansir dari Katadata (Pratnyawan, 2019), jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia

mengalami peningkatan sebanyak 20 persen di tahun 2019 yakni mencapai 150 juta pengguna. *Facebook* adalah salah satu aplikasi media sosial yang sangat banyak diminati di seluruh penjuru dunia, di awal tahun 2019 Indonesia menempati urutan keempat jumlah pengguna *Facebook* terbanyak di dunia dengan total pengguna 120 juta atau 44.94 persen dari total populasi. Bahkan pada bulan Juni 2020, saat penelitian ini berlangsung ada 163 juta atau 59.8% dari total populasi negara Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial Facebook.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Facebook di Indonesia pada bulan Juni 2020 (Sumber: Data Penelitian, 2020)

Bertambahnya media sosial yang juga semakin dekat dengan kehidupan penggunanya, membuat kita secara sadar ataupun tidak seakan-akan hidup didalam dunia yang dimana setiap pemikiran kita (Plante, 2013). Seseorang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Eksistensi diri merupakan salah satu faktor para pengguna media sosial dalam membagikan kegiatan sehari-harinya dimana seseorang ingin untuk diakui keberadaannya oleh orang lain dengan cara apa saja seperti mencoba semua hal, tertarik terhadap hal baru, dan juga mengadopsi budaya luar yang dianggap keren agar tidak ketinggalan zaman karena “semakin keren akan semakin diakui”. Kita dapat memodifikasi frasa filosof Prancis, Rene Descartes (1596-1650) yang terkenal itu, *Cogito Ergo Sum* yang berarti “Saya berpikir, maka saya ada” menjadi “Saya berbicara, maka saya ada”. Apabila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak ada atau eksis.



Gambar 1. 2 Unggahan Foto Remaja Kota Batam di Facebook (Sumber: Data Penelitian, 2020)

Fenomena inilah yang kerap kali kita lihat pada orang-orang disekitar kita. Tidak hanya bertujuan untuk menunjukkan aktivitas mereka kepada pengguna Facebook lainnya, namun harapan mendapatkan like terbanyak untuk setiap hal yang mereka upload. Angka menjadi salah satu faktor yang menunjukkan tingkat eksistensi kaum muda di dunia maya pada era media sosial saat ini. Beberapa orang tercatat bahwa mereka sering menggunakan jejaring sosial untuk memperlihatkan versi ideal diri atau kehidupan mereka, cenderung menekankan pada hal-hal yang positif dan meminimalisir yang negative. Ini bukan hanya membuat mereka “menipu” orang lain, tetapi juga menipu diri mereka sendiri (Austin, 2013).

Fenomena diatas disebut simulasi, dimana simbol semakin terpisah dari objek yang dipresentasikan. Hari ini, dunia berada pada era simulasi (simulation), dimana sebuah tanda tidak mempresentasikan realitas, namun tanda tersebut diciptakan untuk realitas. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Fenomena Penggunaan Facebook Sebagai Ajang Eksistensi Diri Remaja di Kota Batam”.

KAJIAN TEORI

2.1 Fenomenologi

Adian dalam (Farid, 2018) mengatakan kata “fenomenologi” berasal dari bahasa Yunani “*phainomenon*”, yaitu sesuatu yang tampak, yang terlihat karena bercahaya, yang dalam bahasa Indonesia disebut “fenomena”; Inggris

(phenomenon; jamak phenomena) dan logos (akal budi). Fenomenologi adalah filsafat tentang fenomena. Fenomena memaksudkan peristiwa pengalaman keseharian, kecemasan, duka, kegembiraan yang menggumuli keseharian setiap orang. Karena pengalaman merupakan milik semua orang, maka kebenaran itu tidak dieksklusifkan dari mereka semua.

2.2 Media Baru

Media baru adalah sebuah media yang dikenal sebagai media interaktif melalui komputer yang dikenal dengan nama "internet (international networking)". (Arifin, 2010) Salah satu ciri yang menonjol adalah adanya interaksi antara manusia dengan komputer dan internet. Kehadiran media baru tak lepas dari prediksi McLuhan yang mengatakan dunia akan menjadi satu desa global (*global village*), dimana produk-produk yang ada akan menjadi cita rasa semua orang. (Daryanto & Raharjo, 2016) New media memiliki lima karakteristik menurut Feldman, yaitu mudah dimanipulasi, bersifat *networkable*, bersifat *compressible*, padat, imparial.

Social Media adalah salah satu bentuk dari banyaknya *new media*. Pengertian media sosial atau dalam bahasa Inggris 'Social Media', terdiri dari kata 'Social' yang berarti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan 'Media' berarti sebuah wadah atau tempat itu sendiri. Contoh media sosial termasuk YouTube (tempat berbagi video dan jaringan sosial), Facebook (jejaring sosial), Flickr (berbagi foto), Google (jaringan sosial dan mesin pencari), dan MySpace (jaringan sosial). (Dan, Baskin, Heiman, & Toth, 2010)

2.3 Facebook

Facebook, Inc. adalah sebuah layanan jejaring sosial yang berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. ("Facebook," n.d.) Facebook menawarkan berbagai fitur canggih yang tidak terdapat pada jejaring sosial lainnya seperti membuat halaman pribadi,

bergabung ke dalam grup, menemukan lowongan pekerjaan hingga menggalang dana, selain itu Facebook juga dilengkapi dengan fitur privasi untuk membatasi siapa yang berhak melihat hal yang Anda bagikan. (Syafitri, 2019)

2.4 Eksistensi Diri

Eksistensi berasal dari Bahasa Inggris "exist" yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaannya. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Dalam pandangan psikologi eksistensial, Chaplin dalam Kamus Lengkap Psikologi mengatakan bahwa, "Eksistensi adalah sebuah pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahami arti kehidupannya sendiri".

2.5 Teori Simulakrum dan Hiperrealitas

Jean Baudrillard

Jean Baudrillard menggunakan istilah hiperrealitas untuk menjelaskan perikayasaan (dalam pengertian distorsi) makna di dalam media. Hiperrealitas komunikasi, media dan makna menciptakan satu kondisi dimana kesemuanya dianggap lebih nyata daripada kenyataan, dan kepalsuan dianggap lebih benar daripada kebenaran. Isu lebih dipercaya ketimbang informasi, rumor dianggap lebih benar ketimbang kebenaran. Kita tidak dapat lagi membedakan antara kebenaran dan kepalsuan, antara isu dan realitas. Berkembangnya hiperrealitas komunikasi dan media tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang telah berkembang mencapai teknologi simulasi (Piliang, 2011)

2.6 Perubahan Perilaku

Ndraha (1998:33) memberikan pengertian perilaku (behavior) adalah operasionalisasi dan aktualisasi sikap seseorang atau suatu kelompok dalam atau terhadap sesuatu (situasi dan kondisi) lingkungan (masyarakat, alam, teknologi, atau organisasi), sedangkan sikap adalah operasionalisasi dan aktualisasi pendirian.

Perilaku manusia pada umumnya dimotivasi oleh suatu keinginan untuk mencapai tujuan tertentu, dan individu yang bersangkutan tidak selalu sadar mengenai tujuan tersebut. Secara keseluruhan faktor yang memengaruhi pembentukan perilaku yaitu pendirian, sikap, kepentingan, faktor situasional, faktor personal, faktor internal, faktor eksternal, dan rekayasa. (Hikmat, 2010)

2.7 Remaja

Remaja yang dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Remaja mengalami perkembangan pusat dalam aspek intelektual, dimana transformasi intelektual cara berfikir remaja ini memungkinkan mereka tidak hanya mampu mengintegrasikan dirinya ke dalam masyarakat dewasa, tapi juga merupakan karakteristik yang paling menonjol dari semua periode perkembangan. Para ahli sepakat mengklasifikasikan masa remaja ini ke dalam dua bagian, yaitu remaja awal (11-13 tahun sampai dengan 14-15 tahun) dan remaja akhir (14-16 tahun sampai 18-20 tahun). (Wulandari, 2019)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti langsung terjun ke lapangan dan melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal. Pada dasarnya penelitian kualitatif dilaksanakan dalam keadaan yang alamiah (natural setting) dan data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif (Pasolong, 2013). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan studi pustaka dari berbagai sumber bahan penelitian. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik Snowball Sampling, dimana jumlah sampel awalnya kecil dan semakin lama akan semakin besar karena terus berlanjut. Hasil dari penelitian ini akan mendeskripsikan data yang diperoleh sehingga dapat

memberikan gambaran yang jelas mengenai Fenomena Penggunaan Facebook Sebagai Ajang Eksistensi Diri di Kota Batam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pemanfaatan Media Sosial Facebook Oleh Remaja Kota Batam

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari lapangan, dapat diketahui bahwa mayoritas remaja di kota Batam sudah mengenal dan menggunakan media sosial Facebook sejak usia dini, dan masih menggunakannya hingga saat ini. Hal ini membuktikan bahwa memang media sosial Facebook digemari oleh berbagai kalangan usia. Dilansir dari Napoleon Cat, terlihat bahwa pada bulan Juni tahun 2020 jumlah pengguna aktif media sosial Facebook di Indonesia mencapai 163 juta jiwa atau sekitar 59.8% dari total populasi negara Indonesia. Dari total jumlah pengguna aktif media sosial Facebook di Indonesia, 42,7% diantaranya adalah usia remaja hingga dewasa awal yaitu usia 13-24 tahun. (“Facebook Users in Indonesia,” 2020) Alasan terbesar remaja di kota Batam masih menggunakan Facebook yang penulis dapatkan dari hasil wawancara adalah untuk hiburan di waktu luang para narasumber, alasan kedua adalah mempermudah narasumber untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga, lalu Facebook merupakan satu-satunya media sosial yang bisa digunakan dalam mode gratis sehingga cocok untuk para pelajar yang sebagian besar masih mendapatkan uang saku dari orang tua mereka, alasan keempat adalah Facebook merupakan media sosial pertama narasumber, mudah mempromosikan bisnis dalam Facebook, mudah mendapatkan teman dari seluruh penjuru dunia, dan terakhir Facebook merupakan media sosial yang sangat simpel, sangat mudah untuk diakses dan digunakan.

Fitur Stories Facebook disukai oleh sebagian remaja, dimana mereka dapat membagikan kegiatan sehari-hari mereka dan hal apapun yang ingin mereka unggah, selanjutnya narasumber menyukai dan sering menggunakan fitur Chat yang mempermudah

narasumber untuk berkomunikasi jarak jauh dengan mudah. Lalu ada fitur Page atau Halaman yang membagikan hal-hal bersifat khusus, misal Fanpage yang membagikan hal-hal mengenai seorang artis atau idola, Page yang membagikan video-video lucu, dan Page yang membagikan link-link untuk menonton film, drama korea dan Anime. Fitur-fitur media sosial Facebook lainnya yang sering digunakan oleh narasumber secara berurutan adalah sebagai berikut: (1) Marketplace dimana narasumber menggunakannya untuk membeli barang, berbisnis dan bahkan melihat-lihat saja; (2) Upload Foto dimana narasumber menggunakannya untuk menyimpan foto-foto yang ada sebagai kenangan nantinya; (3) Group dan Group Chat, narasumber menggunakannya untuk mengobrol bersama teman yang memiliki minat yang sama; (4) Telepon dan Video Call; (5) Game; dan (6) Live Streaming Game di social media Facebook. Hampir semua fitur Facebook disukai dan sering digunakan oleh remaja di kota Batam, namun fitur yang paling sering dan digunakan oleh banyak narasumber adalah stories. Hal ini memungkinkan bahwa mayoritas dari narasumber memiliki keinginan untuk eksis. Seseorang bisa dikatakan eksis ketika mereka saling berkomunikasi dengan manusia lainnya. Kegiatan membagikan stories ini merupakan salah satu cara narasumber berkomunikasi dengan teman di sosial media Facebooknya, menunjukkan bahwa dirinya adalah sosok yang nyata. Oleh karena itu kegiatan membagikan stories, foto, status di media sosial Facebook merupakan salah satu cara agar seseorang dianggap ada oleh orang lain, dan itu menunjukkan bahwa seseorang tersebut ingin eksis atau diakui keberadaannya oleh teman-teman di Facebook nya.

4.2 Eksistensi Diri Pada Remaja Kota Batam yang Menggunakan Media Sosial Facebook

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari lapangan, dapat diketahui bahwa setengah dari narasumber yang penulis wawancarai sering mengunggah story di media sosial Facebook, lalu 7

lainnya mengunggah story ketika suasana hatinya sedang baik, dan 2 narasumber terakhir jarang mengunggah story dan status bahkan hingga berbulan-bulan. Story dan status yang dibagikan narasumber di sosial media mereka antara lain: (1) Foto diri; (2) Foto bersama teman; (3) Kegiatan sehari-hari; (4) Video diri; (5) Produk yang dijual; (6) Video lucu atau video yang dibagikan di halaman Facebook. Ketika mengunggah status, stories, atau foto di media sosial Facebook, narasumber memiliki beberapa tujuan, yaitu agar teman-teman di Facebook nya melihat yang narasumber unggah, untuk berbagi informasi atau saling berbagi mengenai suatu hal, untuk kenang-kenangan dan menyimpan foto, sebagai hiburan dan kegiatan narasumber dalam mengisi waktu luang, dan bisnis. Dilihat dari hal-hal yang di unggah dan seberapa sering narasumber atau remaja di kota Batam mengunggah status, stories, atau foto di media sosial Facebook nya dapat dikatakan bahwa sebagian besar narasumber yang penulis wawancarai memiliki keinginan untuk eksis atau diakui keberadaannya. Dengan semakin sering narasumber mengunggah itu menunjukkan bahwa mereka sedang mengkomunikasikan kepada teman-teman media sosial Facebook nya bahwa mereka ada atau exist, karena apabila mereka berdiam diri maka orang lain akan menganggap mereka tidak ada. Namun pengakuan akan keeksistensian diri bukan lah dari diri kita sendiri, oleh karena itu narasumber mengunggah berbagai macam hal-hal di media sosial Facebook nya untuk mendapatkan pengakuan dari teman-teman Facebook nya bahwa mereka ada dan nyata.

Mayoritas narasumber tidak terpengaruh untuk melakukan hal yang sama dengan yang mereka lihat di postingan social media Facebook teman-teman mereka, hanya 7 dari 18 narasumber yang menyatakan bahwa mereka terpengaruh dan ingin melakukan hal yang sama dengan yang mereka lihat di postingan teman mereka. Mengikuti hal-hal yang sedang trend, viral, atau populer lalu di unggah merupakan salah satu cara seseorang untuk

mengkomunikasikan bahwa dirinya eksis atau ada. Oleh karena itu hanya sedikit remaja di kota Batam yang mencoba untuk menunjukkan keeksistensiannya dirinya dengan mencoba melakukan hal-hal baru yang sedang viral, trend dan populer dan kemudian di unggah di media sosial Facebooknya.

Sebagian besar atau 15 dari 18 narasumber menyatakan bahwa unggahan mereka di sosial media Facebook pernah tidak disukai, dilihat dan diberi tanggapan oleh banyak orang, sedangkan 3 lainnya menyatakan bahwa unggahan mereka tidak pernah tidak disukai, dilihat, dan diberi tanggapan oleh banyak orang. 11 dari 15 narasumber tersebut menyatakan bahwa adalah suatu hal yang biasa apabila unggahan mereka di sosial media Facebook tidak disukai, dilihat, dan diberi tanggapan oleh banyak orang, dan itu bukan suatu hal yang mengecewakan bagi mereka. Adapun berikut adalah alasan para narasumber mengenai hal tersebut: (1) Jumlah like, penonton, dan yang memberi tanggapan terhadap unggahan seimbang dengan jumlah teman yang dimiliki; (2) Untuk memberi informasi dan sekedar sharing; (3) Hak orang lain untuk menyukai, melihat atau memberi tanggapan terhadap unggahan kita, dan kita harus siap atas konsekuensinya baik itu dipuji, dihina, atau dikasih saran; (4) dan terakhir adalah tujuan mereka mengunggah status, story atau foto bukan untuk mendapatkan like, dan respon dari orang lain. Banyak dari narasumber yang unggahannya pernah tidak dilihat, disukai dan direspon oleh banyak orang, ini menunjukkan bahwa mereka pernah tidak diakui keberadaannya oleh orang lain akan tetapi mereka biasa saja dengan hal tersebut dengan alasan seperti yang telah dikemukakan diatas.

Selanjutnya ketika penulis menanyakan apakah unggahan narasumber pernah disukai, dilihat dan direspon oleh banyak orang, 11 narasumber menyatakan bahwa mereka unggahannya pernah disukai, dilihat dan direspon oleh banyak orang, lalu 3 narasumber menyatakan bahwa unggahannya terkadang mendapatkan

banyak penonton, respon, dan like dan tidak jarang juga mereka hanya mendapatkan sedikit penonton, respon, dan like, dan 4 narasumber lainnya menyatakan bahwa unggahan mereka di sosial media Facebook tidak pernah disukai, dilihat, dan diberi tanggapan oleh banyak orang. Adapun hal yang dirasakan narasumber ketika unggahannya mendapatkan banyak penonton, like, dan comment adalah sebagai berikut: (1) Senang dan bahagia; (2) Biasa aja, tidak ada penghargaan; (3) Menjadi semangat; (4) dan merasa ada yang peduli dengan dirinya. Dari data yang penulis dapatkan terlihat bahwa sebagian besar narasumber pernah mendapatkan banyak like, respon dan penonton pada unggahannya dan mereka merasa senang, bahagia, merasa diperdulikan, dan menjadi semangat, walaupun ada beberapa narasumber yang menyatakan bahwa ini adalah sesuatu yang biasa. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa angka menjadi salah satu faktor yang menunjukkan tingkat eksistensi kaum muda di dunia maya pada era media sosial saat ini. Seberapa besar "angka" yang didapat menunjukkan bahwa orang tersebut eksis di dunia maya. Dengan begitu mereka akan merasa diakui dan diterima di lingkungan sosial tanpa perlu berinteraksi secara langsung. Di dunia maya, masalah eksistensi menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi warga dunia maya, khususnya pengguna Facebook, Twitter, dan Instagram. Hanya 3 dari 14 narasumber diatas yang menyatakan bahwa unggahannya tidak pernah tidak disukai, dilihat dan diberi tanggapan oleh banyak orang, ini menunjukkan bahwa hanya sedikit remaja di kota Batam yang keberadaannya atau keeksistensiannya selalu diakui oleh teman-teman di Facebooknya, namun ada 11 narasumber lainnya yang keberadaannya atau keeksistensiannya juga diakui oleh teman-teman di Facebooknya walaupun mereka pernah tidak diakui keberadaannya atau keeksistensiannya oleh banyak teman-teman di Facebooknya.

Sebagian besar narasumber menyatakan bahwa mereka tidak terpengaruh ketika semakin banyak orang yang melihat, menyukai dan

memberi respon pada unggahan mereka dengan alasan sebagai berikut: (1) Upload foto buat dijadikan kenangan; (2) Hak orang lain untuk menyukai, melihat, dan memberi respon terhadap unggahan kita; (3) Unggah status, story dan foto hanya untuk iseng-iseng, mengisi kegiatan dan tergantung suasana hati narasumber; (4) dan tujuan narasumber mengunggah status, foto atau story hanya untuk memberikan informasi. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari remaja di kota Batam tidak terpengaruh dengan jumlah like, penonton dan respon dalam mengunggah stories, status atau foto yang bertujuan menunjukkan bahwa diri mereka eksis atau ada.

Setengah narasumber membenarkan bahwa hal yang mereka unggah di media sosial Facebook merupakan salah satu cara agar keberadaan atau keeksistensian mereka diakui oleh teman-teman Facebooknya dan mereka mengharapkan respon seperti: (1) Ingin dilihat bahwa mereka pernah kesuatu tempat; (2) Ingin diperhatikan atau diperdulikan oleh teman-teman Facebooknya; (3) Ingin unggahan nya di Facebook dipuji, disukai, dan dikomentari oleh teman Facebooknya; (4) dan ingin dihargai oleh teman Facebooknya. Lalu ada 4 narasumber yang tidak ingin diakui keberadaannya (eksistensinya) namun mengharapkan respon sebagai berikut: (1) Dilihat sama teman-teman di sosial media Facebook; (2) Ingin dihargai karyanya; (3) Ingin direspon dengan baik seperti men-support narasumber; (4) dan terakhir ingin mengetahui bagaimana pendapat orang lain mengenai skill game nya, dan 3 narasumber lainnya menyatakan bahwa mereka ingin diakui keberadaannya namun tidak mengharapkan respon dari orang lain mengenai keberadaannya. Terlihat bahwa sebagian besar narasumber memang mengharapkan untuk diakui keeksistensinya dengan cara mengunggah sesuatu di media sosial Facebooknya, namun ada beberapa dari mereka yang tidak memahami arti dari eksis itu sendiri.

4.3 Hiperrealitas Remaja Kota Batam di Sosial Media Facebook

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari lapangan, hanya sedikit remaja yang menyatakan bahwa Facebook dan dunia nyata adalah sama atau merupakan suatu kesatuan, berikut penjelasan narasumber mengenai hal tersebut: (1) Dunia maya dan dunia nyata merupakan suatu kesatuan dimana perbedaan yang terletak di antara keduanya adalah cara berkomunikasi nya saja, di dunia maya kita hanya bisa berkomunikasi melalui media sosial tersebut sedangkan di dunia nyata kita bisa berkomunikasi dengan bertatap muka secara langsung; (2) dan selanjutnya kita bisa memilih apakah kita harus berbohong atau jujur baik itu di dunia maya maupun dunia nyata, hal ini semua tergantung dari diri masing-masing orang. Sebagian besar remaja menyatakan dunia maya dan dunia nyata merupakan dua dunia yang berbeda, hal ini di dukung oleh penjelasan narasumber sebagai berikut: (1) Dalam dunia maya banyak orang yang memalsukan identitas, kepribadian, dan bahkan hal-hal yang di unggah dalam laman media sosial Facebooknya, akibatnya hal ini banyak kasus penipuan yang terjadi lewat media sosial Facebook; (2) Kita tidak bisa mengetahui hal-hal mengenai seseorang yang baru kita kenal karena hanya bisa berinteraksi melalui chat, telepon dan video call, tidak bisa berinteraksi secara langsung; (3) Di dunia maya atau Facebook kita tidak bisa langsung mempercayai orang yang baru kita kenal, atau bahkan informasi-informasi yang tersebar disana karena belum tentu hal tersebut benar berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan; (4) dan ada satu narasumber menyatakan bahwa dalam dunia maya ia lebih mudah untuk mencari teman karena tidak harus berinteraksi secara langsung seperti di dunia nyata.

Sebagian besar remaja menyatakan bahwa lingkaran pertemanannya di media sosial Facebook berbeda dengan dunia nyata, hal ini membuktikan fakta bahwasanya dalam dunia media sosial Facebook lingkaran pertemanan menjadi lebih luas karena kita dapat berjumpa dan memiliki teman-teman baru dari seluruh

penjuru dunia dengan sangat mudah. Oleh karena itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan semakin luas pertemanan di dunia maya, maka semakin besar pula kesempatan seseorang untuk membuat sebuah pribadi baru dan tanpa khawatir akan dikenali oleh orang lain ketika ia mengekspresikan dirinya di media sosial Facebook. Hal ini menjadi salah satu faktor terjadinya hiperrealitas pada mayoritas remaja di kota Batam, dimana mereka menampilkan sisi yang berbeda dari dirinya ketika mengunggah sesuatu untuk tetap eksis di media sosial Facebook nya. Faktor lainnya adalah bahwa sebagian besar narasumber banyak menghabiskan waktunya untuk bermain dan mengunggah sesuatu di Facebook dan, sesuatu merasa senang ketika unggahan nya disukai, dilihat, dan direpon oleh banyak orang.

Sebagian besar narasumber juga menyatakan bahwa kepribadiannya di dunia nyata berbeda dengan dunia maya, adapun berikut adalah perbedaan kepribadian narasumber antara dunia nyata dan maya: (1) Narasumber lebih bisa bebas mengekspresikan dirinya di laman media sosial Facebook sedangkan di dunia nyata ia merupakan seseorang yang pendiam ataupun sebaliknya, dimana di media sosial Facebook narasumber merupakan seseorang yang pendiam sedangkan di dunia nyata ia lebih mudah bergaul dan berinteraksi dengan orang-orang disekitarnya; (2) Dalam laman media sosial Facebook nya, narasumber membagikan kata-kata bijak seolah-olah dirinya seperti itu, padahal aslinya tidak seperti itu; (3) Narasumber menutup-nutupi keadaan yang sebenarnya terjadi pada dirinya, seperti ia mengunggah hal-hal yang bahagia di media sosial Facebook nya tetapi di dunia nyata ia sedang sedih atau merasa terpuruk; (4) dan terakhir narasumber menyatakan bahwa kepribadian nya di dunia maya atau media sosial Facebook berbeda karena ia tidak ingin menunjukkan informasi yang lebih pribadi di dunia maya. Oleh karena itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa telah terjadi hiperrealitas terhadap mayoritas remaja di kota Batam, dimana mereka

menampilkan sisi yang berbeda dari dirinya ketika mengunggah sesuatu pada laman media sosial Facebooknya.

4.4 Perubahan Perilaku Remaja

Semua remaja menyatakan bahwa mereka mendapatkan hal-hal positif ketika menggunakan media sosial *Facebook*. Sedangkan untuk dampak negative hanya sebagian besar remaja yang menyatakan bahwa mereka mendapatkan hal-hal negative ketika menggunakan media sosial *Facebook*, sebagai berikut: (1) Tidak sengaja melihat hal-hal yang tidak seharusnya di unggah di media sosial *Facebook*, dan bahkan ada orang yang tidak dikenal mengirim hal-hal yang tidak senonoh di ruang chat media sosial *Facebook*; (2) Tidak ingat waktu akibat bermain media sosial *Facebook* sehingga aktivitas seperti makan dan tidur terganggu, tugas dan kerjaan tidak selesai tepat waktu, dan membuat remaja tidak memerdulikan keadaan sekitarnya; (3) Menjadi mudah terpengaruh oleh berita-berita hoax, dikarenakan sangat banyak berita-berita hoaks yang tersebar di laman media sosial *Facebook* nya; (4) Melihat bahwa banyak orang yang mudah menipu di dalam media sosial *Facebook*, sehingga banyak kasus penipuan terjadi dikarenakan media sosial *Facebook*; (5) Melihat dan mengalami ketika banyak orang yang menjadikan media sosial *Facebook* sebagai tempat provokasi, menyebarkan kebencian, menyebarkan fitnah, dan sebagai ajang untuk membully orang lainnya; (6) Hal-hal yang di unggah bisa ditafsirkan berbeda oleh orang lain, dan malah menimbulkan permasalahan atau permusuhan; (7) Merasa diawasi oleh orang lain secara bebas melalui laman media sosial *Facebook*nya, dimana ia membagikan kegiatan sehari-hari nya disitu; (8) dan terakhir remaja telah menyalahgunakan fungsi dari media sosial *Facebook*, dimana mereka telah menjadi pribadi yang berbeda disitu.

Miftah Thoha (2000:32) memberikan batasan khusus tentang prinsip-prinsip dasar perilaku manusia, yakni (1) Manusia berbeda perilaku karena kemampuannya tidak sama; (2) dan

manusia memiliki kebutuhan yang berbeda. Sebagian besar remaja menyatakan bahwa tidak ada perubahan perilaku dalam dirinya selama bermain media sosial *Facebook*, dan walaupun ada mereka menyatakan bahwa itu bukan akibat bermain media sosial *Facebook*, namun dari diri mereka sendiri. Sedangkan 7 remaja lainnya menyatakan bahwa ada perubahan dalam dirinya selama bermain media sosial *Facebook*, seperti: (1) Menjadi lebih percaya diri dan lebih bisa mengekspresikan dirinya pada laman media sosial *Facebook*; (2) Menjadi lebih tahu mana hal yang baik atau hal yang buruk, dan menjadi lebih berhati-hati untuk mengunggah kegiatan sehari-hari di media sosial *Facebook* nya; (3) Menjadi lebih tidak peduli dengan keadaan disekitarnya karena orang-orang di lingkungan nya juga lebih berfokus kepada media sosial nya masing-masing; (4) Menjadi lebih malas melakukan aktivitas lainnya seperti makan, belajar, atau pekerjaan lainnya akibat terlalu asyik bermain media sosial *Facebook*; (5) dan ada satu remaja yang menjadi hobi berganti-ganti pacar lewat media sosial *Facebook*, karena lebih mudah untuk mengenal orang-orang baru. Perubahan perilaku ini dapat terjadi seiring dengan adanya hiperrealitas pada remaja yang menggunakan *Facebook* sebagai ajang eksistensi diri.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mengenai Fenomena Penggunaan Facebook Sebagai Ajang Eksistensi Diri Remaja di Kota Batam, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas remaja di kota Batam telah mengenal dan menggunakan media sosial *Facebook* sejak SD atau dibawah usia remaja awal (13-17 tahun). Frekuensi remaja di Kota Batam mengakses media sosial *Facebook* cukup sering, dimana setiap hari mereka mengakses *Facebook* dalam waktu yang cukup lama. Remaja di kota Batam memiliki keinginan untuk eksis, karena ketika semakin sering mereka menggunakan *Facebook* maka semakin besar

kemungkinan bahwa banyak teman-teman di *Facebook* nya mengakui keberadaan atau keeksistensian dirinya. Terlebih lagi fitur *Facebook* yang paling sering digunakan oleh remaja adalah stories, dimana kegiatan membagikan stories ini merupakan salah satu cara mereka berkomunikasi dengan teman di media sosial *Facebook*nya untuk menunjukkan bahwa dirinya ada atau *exist*. Hal ini membuktikan bahwa remaja di Kota Batam memiliki keinginan untuk eksis dalam media sosial *Facebook*nya.

2. Remaja di kota Batam mengakui bahwa mereka mengharapkan untuk diakui keeksistensianya dengan cara mengunggah kegiatan sehari-hari mereka baik berupa video, foto, boomerang, ataupun secara live streaming dalam frekuensi yang cukup tinggi di media sosial *Facebook*nya, yang dapat dilihat dari tujuan ketika mereka mengunggah hal-hal tersebut. Beberapa dari mereka mencoba untuk eksis dengan melakukan hal-hal baru yang sedang viral, trend dan populer dan kemudian di unggah di media sosial *Facebook*nya.
3. Sebagian besar remaja di kota Batam memiliki lingkaran pertemanan yang berbeda antara *Facebook* dengan dunia nyata, dimana dengan semakin luas pertemanan di dunia maya maka semakin besar pula kesempatan seseorang untuk membuat sebuah pribadi baru dan tanpa khawatir akan dikenali oleh orang lain ketika ia mengekspresikan dirinya di media sosial *Facebook*. Hal ini menjadi salah satu faktor terjadinya hiperrealitas pada mayoritas remaja di kota Batam, dimana mereka menampilkan sisi yang berbeda dari dirinya ketika mengunggah sesuatu untuk tetap eksis di media sosial *Facebook* nya. Faktor lainnya adalah bahwa mereka banyak menghabiskan waktunya untuk bermain dan mengunggah sesuatu di *Facebook* dan, merasa senang ketika unggahannya disukai, dilihat, dan direspon oleh banyak orang.

4. Tidak ada perubahan perilaku pada mayoritas remaja di kota Batam selama bermain *Facebook*, dimana perubahan perilaku terjadi karena diri mereka sendiri bukan akibat bermain media sosial *Facebook*. Hanya sebagian kecil remaja yang merasa bahwa ada perubahan perilaku pada dirinya selama bermain *Facebook*, seperti: (1) Menjadi lebih percaya diri di *Facebook*; (2) Bisa membedakan hal baik dan buruk ; (3) Menjadi orang yang tidak peduli dengan keadaan sekitar; (4) Menjadi pemalas karena lebih fokus bermain *Facebook*; (5) dan mudah berganti pacar dari media sosial *Facebook*. Beberapa dari perubahan perilaku ini dapat terjadi seiring dengan adanya hiperrealitas pada remaja yang menggunakan *Facebook* sebagai ajang eksistensi diri.

dan Hiperkriminalitas. Mizan.
Pratnyawan, A. (2019). Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia. Retrieved from <https://www.suara.com/tekno/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia>
Syafitri, I. (2019). Pengertian Facebook Beserta Sejarah Dan Manfaat Facebook yang Jarang Diketahui Orang. Retrieved from <https://www.nesabamedia.com/pengertian-facebook/>
Wulandari. (2019). *Perilaku Remaja*. (Yulianawati, Ed.). Semarang: Mutiara Aksara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2010). *Opini Publik*. Depok: Gramata Publishing.
- Dan, L., Baskin, O., Heiman, S., & Toth, E. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Daryanto, D., & Raharjo, D. M. (2016). *Teori Komunikasi* (Pertama). Yogyakarta: Gava Media.
- Facebook. (n.d.). Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- Facebook Users in Indonesia. (2020). Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-indonesia/2020/06>
- Farid, D. M. (2018). *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial*. (D. M. Farid & D. H. M. Adib, Eds.) (Pertama). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hikmat, D. M. M. (2010). *Komunikasi Politik Teori dan Praktik Dalam Pilkada Langsung*. (N. S. Nurbaya, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pasolong, H. (2013). *Metode Penelitian Administrasi Publik* (Kedua). Bandung: ALFABETA.
- Piliang, Y. (2011). *Sebuah Dunia Yang Menakutkan: Realitas Kekerasan*