

## **PENGARUH ALIENASI TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL**

Halomoan Harahap

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta

Jalan Arjuna Utara No 9, Kebon Jeruk Utara Jakarta Barat

halomoan.harahap@esaunggul.ac.id

---

### **Abstract**

*The high use of social media is very interesting to study. One reason is the alienation experienced by the community. Therefore, this study wants to find out how alienation influences the level of social media usage. This research uses survey method. Study population of social media users around Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, and Bekasi whose numbers are unknown. Therefore, the study sample was taken accidentally. The research instruments were prepared with regard to validity and reliability. The results found that most female respondents aged 20-30 years who worked in the private sector. Alienation level of respondents is moderate, meaning that the respondent alienation in a moderate level both at home, in the environment and in the office. Most respondents (68.8%) have 3-5 social media accounts. As many as 11.3% have more than 5 social media accounts. Most (51.3%) of respondents open social media more than 15 times a day. The average time spent 60.56 minutes every day. Hypothesis test results using linear regression showed there was an effect of alignment on the level of social media use but not significant. As much as 2.0% the level of media use was influenced by alienation. The shortcomings of this study may be due to the selection of samples that are too small and homogeneous millennial. Interested researchers are advised to take larger and more varied samples. **Keywords:** Alienation, use of social media, urban communities*

---

### **Abstrak**

Tingginya penggunaan media sosial sangat menarik untuk diteliti. Salah satu penyebabnya adalah alienasi yang dialami masyarakat. Karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh alienasi terhadap tingkat penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi penelitian pengguna media sosial di sekitar Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, dan Bekasi yang jumlahnya tidak diketahui. Karena itu, sampel penelitian diambil secara *accidental*. Instrumen penelitian disusun dengan memperhatikan validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menemukan sebagian besar responden wanita yang berusia 20-30 tahun yang bekerja di sektor swasta. Tingkat alienasi responden sebagian besar (61,3%) berada pada nilai sedang. Responden mengalami alienasi dalam taraf sedang baik di rumah, di lingkungan maupun di kantor. Sebagian besar responden (68,8%) memiliki 3-5 akun media sosial. Sebanyak 11,3% memiliki lebih dari 5 akun media sosial. Sebagian besar (51,3%) responden membuka media sosial lebih dari 15 kali dalam sehari. Rata-rata menghabiskan waktu 60,56 menit setiap hari. Hasil uji hipotesis menggunakan regresi linier menunjukkan ada pengaruh negatif alienasi terhadap tingkat penggunaan media sosial tetapi tidak signifikan. Sebagian kecil (2%) penggunaan media sosial dipengaruhi oleh alienasi. Penggunaan media sosial yang tinggi dapat mengurangi rasa alienasi. Hipotesis penelitian tidak dapat diterima. Kekurangan penelitian ini mungkin disebabkan oleh pemilihan sampel yang terlalu kecil dan homogen milenial. Kepada peneliti yang berminat disarankan mengambil sampel yang lebih besar dan bervariasi. **Kata kunci:** Alienasi, penggunaan media sosial, masyarakat perkotaan

### **Pendahuluan**

Wahyunanda dan Pratiwi (<https://tekno.kompas.com> 1 Maret 2018) melaporkan dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Waktu yang dihabiskan oleh orang Indonesia bermedia sosial dalam satu hari rata-rata 3 jam 23 menit. Lima media sosial paling populer di Indonesia adalah Youtube, Facebook dan WhatsApp, Instagram, dan Line.

Media sosial bagi masyarakat Indonesia merupakan alternatif baru dalam interaksi dengan orang lain serta melengkapi informasi. Walaupun media massa konvensional telah menyajikan

informasi berbagai peristiwa, masyarakat tetap menggunakan media sosial lainnya. Penggunaan media sosial ini mempunyai tujuan yang cukup beragam. Tujuannya ada sebagian mencari pertemanan, mengisi waktu luang, mencari informasi, dan lain-lain.

Pro dan kontra menyikapi kehadiran media sosial. Bagi yang menyikapi secara positif mengatakan masyarakat semakin kritis dan terdidik karena banyak sumber informasi yang tersedia. Masyarakat tidak lagi tergantung pada media-media konvensional, sudah ada yang gratis dan tersedia setiap saat. Bagi yang menyikapi negatif, media sosial membuat kurang produktif.

Kehidupan di perkotaan terlihat hingar bingar ramai. Namun banyak orang yang merasa sepi dan merasa terasing (alienasi) di tengah perkotaan. Keramaian bagi sebagian orang tidak ditentukan oleh jumlah fisik orang yang hadir dalam suatu tempat tetapi keramaian itu ada dalam perasaan. Alienasi dapat terjadi pada berbagai kalangan, anak muda, dewasa, pria, wanita, berpendidikan baik atau kurang berpendidikan. Alienasi dipengaruhi berbagai factor.

Reveley(2013) menjelaskan bahwa kehadiran media sosial dapat menciptakan alienasi pada penggunanya. Sebaliknya alienasi dapat menjadi pemicu penggunaan media sosial yang berlebihan. Karena alienasi muncul bila hubungan sosial dengan orang lain kurang baik. Keadaan seperti ini akan memicu orang tersebut mencari tempat pelarian di mana dia akan mencari dunia yang dapat menerima dirinya. Salah satu adalah menggunakan media sosial, di mana kita dapat memilih dengan siapa kita berteman dan berkomunikasi.

Hasil penelitian Park, Kee and Valenzuela (2009) penggunaan media sosial dipengaruhi oleh faktor demografi seperti jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan. Selanjutnya mereka merumuskan empat alasan mahasiswa menggunakan media sosial yaitu *socializing, entertainment, self-status seeking, and Information seeking*.

Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia perlu dicari penyebabnya. Masih belum ditemukan jawaban yang memadai. Penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Alienasi terhadap Penggunaan Media Sosial ? Untuk mengungkap permasalahan penelitian ini, akan diteliti sekelompok masyarakat di Jakarta.

Penelitian akan dapat mendeskripsikan :

1. Tingkat alienasi anggota masyarakat pengguna media sosial
2. Tingkat penggunaan media sosial
3. Pengaruh alienasi terhadap penggunaan media sosial.

Hasil penelitian ini tentu akan memberi sumbangan bagi para ahli komunikasi dan psikolog. Secara spesifik, hasil penelitian ini berguna untuk:

1. Memetakan jenis manfaat media sosial
2. Memberi sumbangan kepada pengelola media sosial untuk menyediakan konten yang sesuai untuk berbagai tujuan spesifik

3. Menjadi referensi penelitian dalam mengembangkan bahan ajar deprogram studi ilmu komunikasi dan media sosial.
4. Mengetahui kondisi psikologis pengguna media sosial

### **State of Art**

Semakin hari penggunaan media sosial semakin meningkat. Hasil penelitian *Hootsuiit dan We Are Social* (2019) menunjukkan masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 8,5 jam sehari menggunakan internet dan 3,5 jam untuk menggunakan media sosial. Akses internet dan media sosial banyak dilakukan melalui telepon seluler.

Penyebab tingginya penggunaan media sosial adalah munculnya generasi milenial yang sangat tergantung teknologi khususnya telepon seluler. Sveningsson (2015) juga menemukan hal yang sama bahwa kelompok usia muda pengguna media sosial kurang berpartisipasi dalam politik. Kelompok muda ini cenderung meninggalkan media konvensional dalam mencari informasi, mereka menggunakan media sosial sebagai sumber informasi lain.

Tingginya penggunaan media sosial membuat banyak pakar yang tertarik untuk mempelajarinya. Pembincangan pakar pada media sosial menyangkut antara apa yang dapat dan apa yang tidak dapat dilakukan dengan media sosial (Yang & Clark 2015). Penelitian untuk memahami dan mendeskripsikan karakteristik media sosial sudah banyak dilakukan. Berikut ini beberapa penelitian yang berhubungan dengan media sosial.

Bruns (2015) menjelaskan media sosial berbeda dengan media mainstream. Karena melalui media sosial. Media sosial beroperasi pada jaringan, (*many-to many rather than a broadcast, one-to-many base*) media sosial bersifat *demotik*, dan kebebasan bagi pengguna. Laporan Penelitian Trepte (2015) menjelaskan, kehadiran media sosial dirasakan telah merenggut privasi sehingga kehadirannya ada yang dirasakan hangat dan dingin. Rasa hangat dapat diartikan bahwa media sosial memberi kesesuaian dengan kebutuhan sehari-hari pengguna. Rasa dingin bila media sosial merupakan tantangan dalam menyesuaikan untuk menggunakan media sosial.

Hasil penelitian Jensen (2018) menemukan tidak ada hubungan antara kualitas hidup seseorang dengan penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial tidak berhubungan dengan jenis kelamin, rasa kesepian, tingkat

penghasilan, dan usia. Sementara Reveley (2013) menjelaskan kehadiran media sosial seperti Facebook, Youtube, dan Google menciptakan keterasingan pengguna dari masyarakatnya. Dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa media sosial sebagai fenomena yang menarik dan masih perlu banyak penelitian baru untuk dapat memahaminya dengan baik. Pengaruh alienasi pada pengguna belum tergambar apakah berpengaruh pada tingkat penggunaan media sosial.

## **Media Sosial**

Cambridge dictionary mendefinisikan *Sosial media* a form of media that allow people to communicate and share information using the internet or mobile phone : Blogs, podcast and other forms of social media are creating new opportunities for entrepreneurs to reach the public a social media site/ tool/ strategy.

Setiap pengguna dapat membangun jejaring dengan siapa mereka berinteraksi. Pengguna juga merasa ada sesuatu manfaat yang diperoleh ketika yang bersangkutan menggunakannya. Rasa keterasingan (alienasi) menjadi alasan untuk memperoleh pemenuhan kebutuhan psikologis yang dirasakan. Lucia Vensic-Alujevic (2013) menjelaskan kehadiran internet dan media sosial di masyarakat ditanggapi pro dan kontra. Media sosial lebih banyak digunakan golongan muda dibanding golongan tua.

Hasil penelitian eksploratif yang dilakukan Whiting & William (2013) menemukan bahwa orang menggunakan media sosial, antara lain dengan motif *social interaction, information seeking, pass time, entertainment, relaxation, communicatory utility, convenience utility, expression of opinion, information sharing, and surveillance/ knowledge about others*. Sementara hasil penelitian yang dilakukan Froget, Baghestan, and Asfaranjan (2013), menemukan motif menggunakan media sosial adalah untuk interaksi dengan orang lain, pencarian informasi, melewati waktu luang, mencari hiburan, relaksasi, berkomunikasi, memperoleh kenyamanan, meng-ekspresikan pendapat, dan mengetahui situasi apa yang terjadi.

## **Alienasi**

Ahli ahli psikologi menjelaskan alienasi yaitu perasaan keterasingan, rasa terlepas dan terpisah. ketiadaan rasa hangat atau relasi persahabatan dengan orang lain. Alienasi juga merupakan rasa keterpisahan seseorang dari aku sebenarnya, disebabkan oleh ketidakberdayaan

atas orang lain serta ketentuan-ketentuan dari lembaga sosial. Alienasi dapat terjadi pada orang, masyarakat, tempat kerja, lingkungan.

*Alienation refers to the deviation of values, behaviors and expectations between an individuals and the society* (Seeman dalam Hou, Chen & Shang 2016). Alienasi adalah merasa terasing dari sesuatu yang bisa saja atas seseorang, atas guru, atas orang tua, atas tempat tertentu dan sebagainya. Sedangkan Karl Marx (dalam Reveley 2013) mengemukakan alienasi adalah rasa keterasingan yang muncul dalam diri seseorang pekerja. Alienasi memiliki empat elemen, *the first three are estrangement of workers from (1) each other, (2) their humanity (or 'species-being'), and (3) their subjectivity-realising activity in the labour process ('self-estrangement')*. *The fourth form of alienation is the 'estrangement of the thing' – namely, 'the product of labour' which confronts the worker 'as an alien object'*.

Vess, Brooker, Schlegel dan Hicks (2019) mengatakan *true self-alienation occur when people's conscious awareness becomes detached from their actual inner beliefs, emotions, and/ or physiological states*.

Dalam konteks penelitian ini, alienasi merupakan aspek perasaan kesendirian seseorang karena merasa terpisah dari nilai-nilai kelompok atau hubungan antara anggota kelompok. Alienasi merupakan akibat dari konflik yang timbul oleh hubungan antarmanusia. Manusia menemukan dirinya tidak berdaya, tidak berguna, dan kehilangan motivasi. Alienasi ini kadang dapat muncul karena manusia tidak mampu mencapai apa yang diharapkannya. Dalam banyak studi alienasi dapat diindikasikan melalui tiga factor, yaitu (1) *feel powerless in the face of existing conditions, (2) do not understand, cannot accept, or are confused about social norms, and (3) perceive themselves as being isolated or estranged from other people*.

Manusia selalu mencari solusi atas masalah yang dihadapinya. Bila seseorang merasa tidak nyaman di lingkungannya, dia akan mencari tempat yang nyaman. Bila seseorang kurang diterima di rumah, akan mencari orang lain yang menerima dirinya. Dalam penelitian ini, seseorang yang merasa terasing (tidak cocok dengan keluarga, lingkungan, atau pekerjaan) akan mencari tempat bersosialisasi di tempat lain. Dalam era internet sekarang, media sosial menjadi tempat bergaul dan berekspresi bagi banyak orang. Terlebih bagi mereka yang mengalami alienasi, diperkirakan media sosial menjadi tempat pelarian.

## **Pengaruh Rasa Kesepian terhadap penggunaan media sosial**

Sebagaimana dikemukakan Spiltberg (dalam Jensen 2018) kesepian adalah gambaran dari ketidakmampuan seseorang berinteraksi dengan orang lain secara personal. Untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan, orang tersebut akan mencari dan menggunakan media sosial. Sehubungan dengan itu, dapat diduga bahwa tingginya penggunaan media sosial sedikit banyak dipengaruhi oleh alienasi yang dialami penggunanya.

## **Metode Penelitian**

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey (Newmann 2000). Peneliti mendatangi pengguna media sosial dan mengajukan beberapa pertanyaan. Kepada responden diberikan instrument untuk mengukur masing-masing variable alienasi dan penggunaan media sosial.

## **Bahan Penelitian**

Variabel Independen adalah Keterangsingan. Alienasi pada keadaan rumah, alienasi pada lingkungan dan alienasi pada tempat kerja/sekolah. Tingkat alienasi dibagi menjadi tiga tingkatan, tinggi, sedang dan rendah.

Variabel Dependent adalah Penggunaan Media Sosial. Tingkat penggunaan media sosial dapat dikategorikan tinggi, sedang, rendah. Indikator yang digunakan, jumlah akun, waktu yang dihabiskan, dan frekuensi menggunakan.

## **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian adalah masyarakat pengguna media sosial aktif baik tweeter, facebook, line, instagram, youtube dan lain-lain di daerah sekitar Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang dan Bekasi. Jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti.

Sampel penelitian diambil menggunakan metode *accidental sampling*. Atinya masyarakat yang kebetulan ditemui selama waktu penelitian akan dijadikan sampel dan diberikan kuesioner.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data digunakan angket atau kuesioner. Dalam kuesioner sudah disediakan pertanyaan dan pilihan jawaban yang disusun sesuai indikator variable penelitian. Selain variabel alienasi, dan tingkat penggunaan media

sosial, kepada responden juga diminta untuk memberikan data karakteristiknya.

## **Validitas dan Raliabilitas Instrumen**

Validitas instrument yang diperhatikan meliputi, *face validity*, *construct validity*, *content validity*, *criterion validity*, dan *predictive validity*, (Singarimbun & Efendi 2006). Untuk meyakinkan ke-valid-an intrumen dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: (a) menelusuri dan mereview pustaka yang berkaitan dengan konsep alienasi dan social media; (b) menyesuaikan instrument sesuai indikator variable penelitian; (c) mendiskusikan instrument dengan para ahli. Berdiskusi dengan para ahlisekaligus mendapatkan reliabilitas instrument.

## **Rencana Analisa**

Data yang telah terkumpul akan dianalisa dengan menggunakan statistic deskriptif. Hasil deskriptif diharapkan dapat memberikan jawaban atas permasalahan penelitian pengaruh alienasi terhadap penggunaan media sosial.

## **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian ini akan menguraikan temuan yang diolah dari data terkumpul. Sebanyak 80 orang responden telah mengisi dan memberikan jawaban atas pertanyaan dan pernyataan yang ada di kuesioner. Responden ini diambil secara acak dengan menggunakan *accidental sampling*, pengguna media sosial yang dapat ditemui selama masa penelitian diberikan instrument. Pengguna media sosial yang diteliti yang berdomisi di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.

Sebelum menjawab masalah pokok penelitian, terlebih dahulu dideskripsikan identitas responden.

## **Karakteristik Responden**

Responden dominan (83,8 %) berusia 20 – 30 tahun. Ini dapat diartikan, responden berada pada usia produktif. Bila dilihat teori generasi, responden yang berusia 20 – 30 tahun termasuk milenial. Responden lebih banyak (58,8 %) adalah wanita. Paling banyak (81,3%) responden berpendidikan tamat SLTA. Responden dominan (65,0 %) tinggal bersama orang tua. Responden dominan (88,8 %) lajang atau belum menikah. Dilihat dari pekerjaan, separuh (50%) responden bekerja di bidang swasta dan terbanyak kedua

43,8% responden masih berstatus pelajar atau mahasiswa.

### Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial responden meliputi jumlah akun yang dimiliki, frekuensi membuka akun dalam sehari dan jumlah waktu yang dihabiskan dalam membuka akun.

Sebagian besar responden (68,8%) memiliki 3 – 5 akun media sosial dan sebanyak 11,3 % lainnya memiliki lebih dari 5 akun. Frekuensi membuka media sosial sebagian besar (51,3%) responden lebih dari 15 kali dalam sehari. Waktu yang dihabis menggunakan media sosial dalam sekali buka, sebagian besar (43,3%) responden lebih dari 30 menit. Rata-rata menghabiskan waktu 60,56 menit setiap hari menggunakan media sosial.

Tabel 1  
Akun Media Sosial

Akun Media sosial	Persen
Instagram	95,0
Facebook	68,8
WhatsApp	67,5
Twitter	60,0
Youtube	58,8
Line	57,5
SnapChat	05,0
Kakao Talk	05,0
Telegram	03,7
Skype	01,2
MeetUp	01,2
Tinder	0,0

Dari tabel 1 diketahui Instagram media sosial yang sangat disukai responden disusul

Facebook dan WhatsApp. Tinder merupakan media sosial yang yang tidak dikenal oleh responden.

Tujuan mereka menggunakan media sosial secara bertingkat adalah mencari informasi (63,8%), lebih mudah berkomunikasi (23,8%) dan mencari hiburan (5,0%). Kepuasan yang diperoleh dengan menggunakan media sosial (43,8%) adalah tersedia banyak informasi. Sedangkan kelemahan media sosial yang dirasakan adalah banyak *hoax*.

### Tingkat Alienasi

Keterasingan dapat juga diartikan sebagai perasaan tidak akrab, tidak dekat secara psikologis dengan orang-orang di rumah, masyarakat di lingkungan dan teman sekerja di kantor.

Hasil penelitian ini menunjukkan alienasi responden sebagian besar (61,3%) taraf sedang. Artinya responden mereka terasing dari orang-orang di rumah, masyarakat di lingkungan dan teman sekerja di kantor. Responden kurang harmonis di rumah, kurang dapat bergaul dengan lingkungan dan kurang dapat bekerjasama dengan karyawan lain di kantor atau teman kampus.

### Pengaruh Alienasi terhadap Tingkat Penggunaan Media Sosial

Sebagaimana dirumuskan dalam hipotesis awal, ada pengaruh rasa keterasingan dengan tingkat penggunaan media sosial. Orang yang merasa terasing di rumah, lingkungan, dan tempat kerja/sekolah akan memiliki kecenderungan mencari pelarian menggunakan media sosial. Tingkat penggunaan media sosial dapat dilihat dari jumlah waktu yang dihabiskan membuka media sosial.

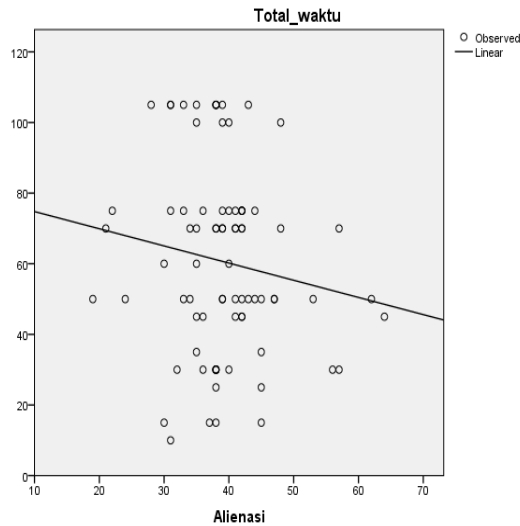
Tabel 2  
Perhitungan regresi linier

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	79.628	14.924			5.336	.000
Alienasi	-.486	.373	-.146		-1.303	.196

a. Dependent Variable: Total\_waktu

Dari data tabel 2 di atas terdapat pengaruh rasa keterasingan (alienasi) terhadap tingkat penggunaan media sosial. Rumus persamaan regresi  $Y = 79.628 + -0.486 X$ . Dari data tersebut

di atas dapat disimpulkan ada pengaruh terbalik rasa alienasi terhadap tingkat penggunaan media sosial namun tidak signifikan. Penggunaan media sosial dapat mengurangi keterasingan.



Grafik 1

Garis regresi pengaruh alienasi terhadap penggunaan media sosial

Tabel 3  
Model perhitungan koefisien diterminasi

Model Summary and Parameter Estimates							
Dependent Variable: Total_waktu							
Equation	Model Summary				Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.021	1.699	1	78	.196	79.628	-.486

The independent variable is Alienasi.

Tingkat penggunaan media sosial hanya sebagian kecil disebabkan oleh rasa keterasingan. Data koefisien diterminasi berikut (tabel 1.3) memberikan arti, sebanyak 2,1 % penggunaan media sosial disebabkan oleh alienasi. Hipotesis penelitian tetap dapat diterima walau hasilnya negatif. Hal ini dapat menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang semakin tinggi dapat mengurangi rasa keterasingan. Dengan bermedia sosial, responden rasa keterasingannya berkurang. Dengan menggunakan media sosial, kemungkinan dapat bersosialisasi dengan teman-teman di media sosial. Di media sosial para responden merasa eksistensinya diterima dan dapat pengakuan.

Hasil penelitian telah memberikan gambaran bahwa responden adalah dominan wanita dengan rentang umur 20 – 30 tahun, belum menikah, bekerja di sektor swasta dan lebih banyak yang masih tinggal di rumah orang tua. Responden juga aktif menggunakan media sosial dengan jumlah akun rata-rata 3 buah. Media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram.

Pengguna media sosial paling dominan adalah masyarakat yang lahir di mana teknologinya sudah tersedia. Teknologi internet diperkenalkan kepada publik sekitar tahun 1980. Mereka yang lahir pada tahun 1980 – 2000 sering disebut sebagai generasi milenial yang sekarang berusia 19 – 29 tahun, (KPPPA & BPS 2018). Sebagaimana hasil penelitian Hootsuit dan We Are Social (2019) pengguna media sosial di Indonesia, dominan berada pada rentang usia 18 – 34 tahun.

Bila dilihat dari jenis kelamin, pengguna media sosial lebih banyak laki-laki. Namun hasil penelitian ini menunjukkan hal sebaliknya. Responden penelitian lebih banyak perempuan. Mungkin data jenis kelamin ini yang menyebabkan hasil penelitian ini kurang signifikan.

Tingkat penggunaan media sosial responden cukup tinggi lebih dari 15 kali sehari dengan menghabiskan waktu rata-rata 30 menit setiap buka akun. Waktu yang dihabiskan menggunakan media sosial rata-rata 450 menit setiap hari, setara dengan 7,5 jam. Data seperti ini tidak mengherankan, karena mereka adalah generasi millennial yang menjadi internet dan media sosial sebagai sumber informasi. Data

penggunaan media sosial seperti ini sejalan dengan data penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia yang telah dipaparkan oleh Hootsuite & We Are Social (2019) yang menghabiskan waktu 8 jam 36 menit per hari mengakses internet, 3 jam 26 menit sehari menggunakan media sosial.

Tingkat penggunaan Internet dan sosial media dapat juga disebabkan oleh kepentingan pekerjaan. Sebanyak 97,5 % responden penelitian ini sudah bekerja, ada sebagai mahasiswa, kerja di sector swasta, usaha sendiri, dan pekerjaan lainnya. Alasan pekerjaan dan kuliah membuat mereka banyak penggunaan internet dan media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Brabham (2015) di Amerika Serikat setiap perusahaan menggunakan satu, dua, atau tiga akun media sosial untuk urusan perusahaan. Sekarang sudah banyak perusahaan atau kampus yang melayani pelanggan mereka melalui media sosial. Bahkan urusan kantor (penugasan, laporan, dan perijinan) dilakukan melalui media sosial.

Internet, telepon seluler dan media sosial di Indonesia cukup identik. Karena banyak dari pengguna internet mengakses melalui telepon seluler sekaligus menggunakan media sosial. Data Hootsuite dan We Are Social (2019) juga menunjukkan hal yang sama. Akses internet masyarakat Indonesia dilakukan lebih banyak melalui telepon seluler. Sebanyak 53 % dari pengguna internet di Indonesia diakses melalui telepon seluler.

Di sisi lain, media sosial yang paling banyak dimiliki responden adalah Instagram (95%) diikuti oleh Facebook (68 %) dan WhatsApp (67%). Ketiga media sosial ini memberi layanan fitur status, chatting, upload foto atau video. Hal ini berkaitan dengan jenis kelamin responden yang dominan perempuan. Perempuan sepertinya menyukai komunikasi yang bersifat visual daripada yang hanya sekedar tulisan semata. Perempuan menyukai media-media sosial yang dapat menampilkan gambar karena mereka suka menampilkan foto diri mereka di media yang bersangkutan. *posting* foto mereka di media sosial merupakan suatu cara mereka untuk tampak lebih eksis. Menurut Duffy dan Hund (2015) wanita suka hal hal yang bersifat glamour. Perempuan akan cenderung memposting foto mereka yang berkaitan dengan glamor, karena foto-foto seperti ini akan dapat menaikkan gengsi mereka. Namun perlu diingat, hasil penelitian Miguel (2016) menemukan foto-foto seksi perempuan di media sosial akan dinilai oleh laki-laki sebagai murahan. Instagram semakin populer dan digemari karena

fitur dominan tampilan video dan gambar dari seseorang yang dapat di dilihat, dikomen, disukai, disimpan, dishare atau di-posting kembali oleh orang lain.

Motif atau alasan responden menggunakan media sosial sesuai dengan teori uses and gratification yang dirumuskan oleh Katz (dalam Griffin 2012; DeFleur & Rokeach 1989; McQuail 2005). Kebutuhan utama yang terpenuhi oleh media massa adalah informasi. Begitu juga halnya dengan penggunaan media sosial. Sebagian besar responden mengemukakan, alasan utama menggunakan media sosial 63,8% adalah tersedia banyak informasi.

Hasil penelitian ini menemukan tingkat alienasi responden menunjukkan rendah. Artinya responden bukan sedang mengalami keterasingan. Keterasingan dari keluarga, keterasingan dari sekolah, keterasingan dari lingkungan, atau keterasingan dari lingkungan kantor rendah. Ini menunjukkan bahwa responden penelitian ini tidak mengalami kesulitan berhubungan dengan keluarga, lingkungan, sekolah, dan tempat kerja. Mereka menggunakan media sosial bukan disebabkan oleh adanya pelarian untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan yang tidak didapat dari komunikasi interpersonal. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis penelitian tidak dapat diterima. Tidak ada pengaruh yang signifikan tingkat keterasingan dengan tingkat penggunaan media sosial. Tidak benar penggunaan media sosial yang tinggi disebabkan oleh rasa keterasingan yang tinggi.

Hasil penelitian Savci dan Aysan (2016) menyimpulkan ada hubungan yang signifikan antara sifat impulsif, penggunaan media sosial dan keterasingan. Mereka juga mengemukakan kesepian meningkat dan penggunaan media sosial akan meningkat. Kesepian dan keterasingan adalah dua konsep yang maknanya hampir sama. Kesepian merupakan perasaan sepi dan membutuhkan kehadiran orang lain dalam hidupnya. Kesepian terjadi karena merasa tidak memiliki teman berkomunikasi. Dari pengertian ini, dapat dikatakan kesepian dan keterasingan merupakan hal yang hampir sama.

Sapro (2019) berpendapat sama dengan Savci dan Aysan, dengan meningkatkan media akan meningkat pula keterasingan. Hal inilah yang awalnya menjadi dasar perumusan hipotesis penelitian ini. Bahwa dengan meningkatnya media hubungan personal semakin menurun. Pada akhirnya akan mencipta keterasingan. Namun

hasil penelitian tidak menunjukkan data yang signifikan. Perbedaan hasil ini penelitian ini mungkin disebabkan oleh karakteristik responden yang berbeda.

## **Kesimpulan**

Dari uraian hasil penelitian, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

Dari karakteristik responden dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna media sosial aktif. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak diminati. Dari segi usia, responden tergolong generasi milenial dan sudah bekerja. Pendidikan mayoritas adalah tamatan SMU ke atas.

Tingkat alienasi responden sedang, baik alienasi rumah, alienasi lingkungan maupun alienasi tempat kerja atau kampus. Artinya responden kurang dekat dengan anggota keluarga, kurang mampu bergaul dengan lingkungan, dan kurang dapat bekerjasama dengan teman sekelas atau sekolah.

Tingkat penggunaan media sosial responden cukup tinggi yaitu memiliki rata-rata akun lebih dari tiga, menghabiskan waktu lebih dari 30 menit setiap membuka media sosial dengan total waktu yang dihabiskan menggunakan media sosial 1 jam 56 menit setiap hari.

Alasan paling banyak yang dikemukakan responden menggunakan media sosial adalah mencari informasi dan disusul alasan mudah berkomunikasi dengan orang lain. Hasil penelitian juga menemukan bahwa media sosial cukup memuaskan dalam menyediakan informasi. Kelemahan yang dirasakan dalam menggunakan media sosial terdapat banyak *hoax* atau berita palsu.

Tidak ada pengaruh yang signifikan tingkat alienasi terhadap tingkat penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial bukan disebabkan oleh alienasi atau rasa keterasingan. Bahkan ada indikasi tingkat penggunaan media sosial dapat menurunkan rasa keterasingan.

Hasil penelitian menyampaikan saran sebagai berikut:

Tidak diterima hipotesis penelitian ini mungkin disebabkan oleh sample penelitian yang sudah banyak pekerja sehingga menggunakan media sosial untuk mendukung pekerjaan. Kepada peneliti lain disarankan untuk memilih sampel yang lebih variatif dari berbagai kalangan.

Sample penelitian ini adalah dominan generasi milenial yang menjadi internet dan media

sosial sebagai sumber informasi utama. Bila ada peneliti yang ingin melakukan replikasi penelitian dengan permasalahan yang sama, agar dipilih sampel dari berbagai generasi seperti generasi babyboomers, generasi X, dan generasi alpha secara proporsional.

Media sosial dalam penelitian ini tidak dibatasi, bagi peneliti lain perlu dipikirkan untuk membatasi pada media sosial yang lebih spesifik.

## **Daftar Pustaka**

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Melawan Hoax*, retrieve Januari 9, 2017 from <https://www.viva.co.id/indepth/sorot/870387-melawan-hoax>.

Brabham, Daren C. (2015). Studying Normal, Everyday Social Media, *Social Media + Society* April-June 2015: 1 –2 [sms.sagepub.com](https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115580484), retrieve November 30, 2016 from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115580484>.

Burns, Alex. (2015). Making Sense of Society Through Sosial Media dalam *Journal Sosial Media + Society April-June 2015: 1 –2* DOI: [10.1177/2056305115578679](https://doi.org/10.1177/2056305115578679) [sms.sagepub.com](https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115578679). Diakses 24 November 2016.

Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org>

DeFleur, Melvin L., and Rokeach, Sandra J. Ball. (1989). *Theories of Mass Communication*, Fifth edition, Longman, London.

Duffy, Brooke Erin and Hund, Emily. (2015). “Having it All” on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers, *Social Media + Society*, July-December 2015: 1 – 11, [sms.sagepub.com](https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115604337) retrieve November 30, 2016 from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115604337>.

Griffin, EM. (2012). *A First Look At Communication Theory*, Eight edition, McGraw-Hill Inc., New York.



- Hootsuite & We Are Social. (2019). *Global Digital Report* retrieve September 11, 2019 from <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>.
- Hou, Avus CY. , Chen, Yu-Chen & Shang, Rong-An, Mutual relations in ERP implementation: the impacts of work alienation and organizational support in state-owned enterprise, *Procedia Computer Science* 100 ( 2016 ) 1289 – 1296 retrieve September 16, 2019 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050916324139>.
- Jensen, Sarah. (2018). *Social Media Usage : The Impact on Feelings of Depression or Loneliness*, retrieve Agustus 28, 2019 from <https://pdfs.semanticscholar.org/13e3/48424c4ae150f9773ce1ca246062a7aca5c9.pdf>.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak & Biro Pusat Statistik. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia 2018 Statistik Gender Tematik*, retrieve September 11, 2019 from <https://www.kempppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>.
- McQuail, Denis. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*, Fifth edition, Sage Publication, London.
- Miguel, Christina. (2016). Visual Intimacy on Social Media: From Selfies to the Co-Construction of Intimacies Through Shared Pictures, *Social Media + Society* April-June 2016: 1 –10 Reprints and permissions: [sagepub.co.uk/journalsPermissions.sagepub.com](http://sagepub.co.uk/journalsPermissions.sagepub.com) retrieve November 24, 2016 from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305116641705>.
- Namsu Park; Kerk F. Kee, and Sebastián Valenzuela. (2009). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Sosial Outcomes dalam *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR Volume 12, Number 6, 2009* <sup>a</sup> Mary Ann Liebert, Inc. DOI: 10.1089=cpb.2009.0003.
- Neuman W. Lawrence. (2000). *Social Research Methods*, Fourth edition, Allyn and Bacon, Boston.
- Reveley, James. (2013). Understanding Sosial Media Use as Alienation: a review and critique, *E-Learning and Digital Media* Volume 10, Number 1, 2013 retrieve November 24, 2016 from [www.worlds.co.uk/ELEA](http://www.worlds.co.uk/ELEA) .
- Savci, Mustafa dan Aysan, Ferda. (2016). Relationship between Impulsivity, Social Media Usage and Loneliness Educational Process: *International Journal*, 5(2), 106-115 retrieve Agustus 28, 2019 from [https://www.researchgate.net/publication/297656977\\_Relationship\\_between\\_Impulsivity\\_Social\\_Media\\_Usage\\_and\\_Loneliness](https://www.researchgate.net/publication/297656977_Relationship_between_Impulsivity_Social_Media_Usage_and_Loneliness).
- Serpa, Sandro. (2019). Alienation on Social Media, *Studies in Media and Communication* Vol. 7, No. 1; June 2019 ISSN: 2325-8071 E-ISSN: 2325-808X Published by Redfame retrieve Agustus 28, 2019 from <http://smc.redfame.com>.
- Singarimbun, Masri & Efendi, Sofyan. (2006). *Survey*, LP3ES, Jakarta.
- Sveningsson, Malin. (2015). “It’s Only a Pastime, Really”: Young People’s Experiences of Social Media as a Source of News about Public Affairs dalam *Jurnal Sosial Media + Society* July-December 2015: 1 –11, [sms.sagepub.com](http://sms.sagepub.com) , retrieve November 24, 2016 from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115604855>.
- Trepte, Sabine. (2015). Sosial Media, Privasi, dan Self-Disclosure: The Turbulensi dalam *Jurnal Sosial Media + Society April-June 2015: 1 –2* [sms.sagepub.com](http://sms.sagepub.com), retrieve November 24, 2016 from

<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115578681>

- Vensic-Alujevic, Lucia. *Young People, Social Media and engagement*, European View, vol. 12, 2: pp. 255-261. , First Published December 1, 2013. Research Article retrieve November 24, 2016 from <https://www.doi.org/10.1007/s12290-013-0282-2>.
- Vess, Matthew; Brooker, Rebecca J.; Schlegel, Rebecca J and Hicks, Joshua A., "Daily mental lapses and the subjective experience of true self-alienation." *Journal of Research in Personality Volume 78 (2019) 148–152*. Retrieve Januari 11, 2019 from <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2018.11.00>.
- Wahyunanda dan Pratiwi, *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*, <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027> diakses 18 November 2018.
- Whiting, Anita and William, David., *Why People Use Sosial Media: a uses and gratifications approach*, *Qualitative Marketing Research: An International Journal*, Vol. 16 issue 4 retrieve April 14, 2014 from <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17095528>.
- Yang, Guobin and Clark, Rosemary. (2015). Social Media and Time, *Social Media + Society* April-June 2015: 1 –2 [sms.sagepub.com](https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115578144), retrieve November 30, 2016 from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115578144>.