

MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI KOMUNIKASI

TRISNO KOSMAWIJAYA¹

¹ Institut Agama Islam Uluwiyah Mojokerto
Trisnokosmawijaya32@gmail.com

Abstract

The phenomenon of using social media is something that is very common in society. With all these rapid developments raises new problems in society. Social media is essentially a tool created to facilitate communication between one person and another, even though it has to cross distance, space, and time, which triggers a tremendous impact on the psychology of its users.

The effects obtained are first, cognitive effects that lead to frequent consumption of toxic messages (hoax news, criminal images, vulgar videos, etc.), secondly, affective effects that lead to feelings of pleasure and hate, making it possible to re-spread toxic messages obtained, and the third is behavioral, namely the response that arises in the audience in the form of behavior and actions to carry out the contents of the toxic message.

Keywords: Social Media, Communication Psychology

Abstrak

Fenomena penggunaan media sosial adalah sesuatu yang sangat lazim di kalangan masyarakat. Dengan segala perkembangan yang cepat ini memunculkan adanya masalah baru di masyarakat. Media sosial pada hakekatnya adalah sebuah sarana yang diciptakan untuk mempermudah komunikasi antara satu orang dengan orang yang lain walaupun harus melintasi jarak, ruang, dan waktu sangat banyak memicu timbulnya dampak luar biasa pada psikologis penggunanya.

Adapun efeknya yang didapatkan pertama, efek kognitif yang berujung pada seringnya mengonsumsi pesan toxic (berita hoax, gambar kriminal, video vulgar, dan lain-lain), kedua, efek afektif yang mengarah pada rasa senang dan benci sehingga memungkinkan untuk menyebarkan kembali pesan toxic yang didapat, dan ketiga behavioral yaitu respon yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku dan tindakan untuk melakukan isi dari pesan toxic.

Kata kunci : Media Sosial, Psikologi Komunikasi

Pendahuluan

Teknologi dapat diartikan sebagai penerapan ilmu pengetahuan dalam suatu bidang. Komunikasi adalah upaya untuk menciptakan kebersamaan. Teknologi komunikasi merupakan suatu penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi. Maka teknologi komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan guna melancarkan upaya untuk mencapai kebersamaan dalam makna antar orang dalam masyarakat.

Seiring dengan kemajuan budaya dan semakin kerkembangnya sebuah masyarakat, sarana komunikasi pun mengalami perkembangan pula. Mulailah bermunculan sarana baru untuk mempercepat proses komunikasi dan pertukaran berita serta pemikiran. Gaya hidup manusia pun turut berubah. Mengingat peran dominan sarana komunikasi dewasa ini, para ilmuwan menyebut abad saat ini sebagai abad komunikasi.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi memiliki peran besar dalam kehidupan manusia. Perubahan mendasar akibat munculnya teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan individu dan sosial manusia diabaikan. Di sisi lain, pola dan gaya hidup merupakan fenomena lain dan termasuk karakteristik dunia modern. Perilaku manusia dalam hal ini dipengaruhi oleh budaya dan media modern.

Saat ini di Indonesia dapat kita saksikan begitu besar pengaruh kemajuan teknologi terhadap nilai-nilai kebudayaan yang di ikuti masyarakat, baik masyarakat perkotaan maupun pedesaan (modernisasi). Kemajuan teknologi seperti televisi, telepon dan telepon genggam (HP), bahkan internet bukan hanya melanda masyarakat kota, namun juga telah dapat dinikmati oleh masyarakat di pelosok-pelosok desa. Akibatnya, segala informasi baik yang bernilai positif maupun negatif, dapat dengan mudah di akses oleh masyarakat. Saat ini dapat kita lihat betapa kemajuan teknologi telah mempengaruhi gaya hidup dan pola pikir masyarakat dan merekalah yang paling rentan terkena pengaruh/dampak negatif dari teknologi tersebut.

Komunikasi khususnya di Indonesia terasa seakan menjadi lebih mudah seiring perkembangan teknologi ini. Bila dilihat dari sisi negatifnya, kemajuan teknologi ini membuat orang menjadi malas untuk berkomunikasi secara langsung. Orang lebih memilih berinteraksi melalui handphonenya ketimbang berkomunikasi dengan orang disekitarnya. Contoh, *seorang anak sibuk ber-chatting dengan teman melalui handphone miliknya ketimbang berbicara dengan saudaranya saat acara keluarga sedang berlangsung*. Kadang kemajuan teknologi ini juga membuat seseorang menjadi kurang peka dengan ekspresi saat sedang berkomunikasi dengan lawan bicaranya. Saat orang sudah terlalu sibuk dengan telepon atau PC miliknya, lalu mereka menghabiskan waktu yang cukup lama untuk berinteraksi di dunia maya, mereka tidak sadar bahwa saat itu mereka sedang membuang waktunya.

Berdasarkan riset yang dirilis *we are social* yang bekerjasama dengan *Hootsuite* pada tahun 2020, ditemukan bahwa lebih dari separuh populasi orang Indonesia terbilang aktif dalam menggunakan media sosial. hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna internetnya. *we are social* mengatakan bahwa 160 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif di media sosial dengan tingkat 59% diantaranya Youtube 88%, whatsapp 84%, instagram 79%, dan twitter 56%.¹

Fenomena penggunaan media sosial adalah sesuatu yang sangat lazim di kalangan masyarakat, baik bagi anak-anak, remaja belasan tahun hingga para orang tua. Tidak hanya di Indonesia yang saat ini sedang ramai menggunakan media sosial namun seluruh dunia telah ikut kecanduan menikmati penggunaan media sosial. Namun, segala perkembangan ini memunculkan adanya masalah baru di masyarakat. Frekuensi penggunaan media sosial yang sangat banyak memicu timbulnya dampak yakni dampak pada psikologis penggunanya.

¹ <https://wearesocial.com/digital-2020>, Diakses pada 13 Oktober 2021

Pembahasan

A. Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial.²

Media sosial adalah sebuah medium di internet dimana para penggunanya dapat merepresentasikan diri mereka, berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lain, membagikan informasi, melakukan kerjasama, serta membentuk ikatan sosial dengan pengguna lain secara virtual.³

Media sosial pada hakekatnya adalah sebuah sarana yang diciptakan untuk mempermudah komunikasi antara satu orang dengan orang yang lain walaupun harus melintasi jarak, ruang, dan waktu. Media sosial dimanfaatkan sebagai wadah untuk saling mempererat silaturahmi antar saudara atau teman, memberi dan menerima informasi, memposting tulisan tertentu seperti status, pengumuman atau sebuah undangan acara, mengupload video inspirasi atau foto-foto pribadi, saling mengomentari satu sama lain dan masih banyak manfaat lainnya.

Salah satu pemanfaatannya yang sering kita rasakan adalah banyak sekali iklan-iklan yang sering muncul di televisi, kini banyak yang mengikutsertakan para akun media sosial seperti media sosial publicfigure sebagai ajang untuk mempromosikan atau memberikan informasi yakni berupa tester mengenai suatu produk yang dipasarkan.

Di sisi yang lain, juga banyak sekali pemberitaan negatif akibat media sosial seperti adanya penipuan penjualan produk yang mengatasnamakan salah satu

² Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia). hal, 10-11

³ Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal. 11

publicfigure dengan memanfaatkan media sosialnya berupa akun instagram. Bahkan, ada pula berita penipuan dan penculikan melalui jejaring facebook atau twitter dengan modus berkenalan, chattingan, bertemu di suatu tempat kemudian diculik. Media sosial yang pada awalnya memang diperuntukkan karena sangat berpotensi sebagai mediator yang baik dalam bersosialisasi, pada sisi lain malah disalahgunakan oleh pihak tertentu.

B. Macam-macam Media Sosial dan Dampaknya

Media sosial yang ada di dunia hingga kini terus berkembang dan menjadi salah satu sarana informasi komunikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Namun, tidak semua masyarakat mampu mengenal dan menggunakannya dengan efektif. Berikut penulis jelaskan mengenai macam-macam media sosial yang populer di masyarakat Indonesia dan memiliki pengguna terbanyak :

1. Media Sosial Facebook

Media sosial Facebook adalah Media Sosial yang diciptakan oleh Mark Zuckerberg yang menduduki peringkat pertama media sosial dan paling banyak digunakan di dunia. Saat ini Facebook merupakan media sosial paling populer di dunia. Sejak diluncurkan pada tahun 2004, Facebook sudah dilengkapi berbagai fitur yang memudahkan penggunaannya untuk mendapatkan informasi dan saling berkomunikasi dimanapun dan kapanpun. Fitur pada Facebook diantaranya :

- Wall: yaitu ruang di setiap halaman profil pengguna yang memungkinkan teman-teman mengirimkan pesan ke pengguna agar dibaca sekaligus menampilkan waktu dan tanggal pesan ditulis.
- Status Update: Facebook memiliki fitur bernama “status update” yang memungkinkan pengguna mengirimkan pesan ke semua teman mereka agar dapat dibaca.
- PhotoTagging: yaitu fitur yang membuat kita dapat mengetahui nama-nama dari orang-orang yang ada di sebuah foto.
- Chat: pengguna facebook dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya melalui fitur chat.

- Games: sebagian besar games tersebut memungkinkan kita dapat berinteraksi dengan teman-teman kita di Facebook di dalam games tersebut. Banyaknya games juga didukung oleh diperbolehkannya setiap orang untuk membuat aplikasi Facebook sendiri.
- Notification: memberikan notifikasi kepada pengguna mengenai update-update terbaru yang berkaitan dengan akun facebook-nya.
- FriendRequest: seorang pengguna dapat meminta kepada pengguna lainnya untuk ditambahkan ke dalam daftar teman facebook-nya dengan mengirimkan friendrequest, dan hal tersebut dapat diterima maupun ditolak.

Dampak Positif Facebook

- Mempererat Hubungan Silaturahmi
- Sebagai Media Promosi
- Tempat Sarana Diskusi
- Tempat Penyimpanan Data Pribadi
- Berbagi Informasi

Dampak Negatif Facebook

- Mengganggu Pekerjaan
- Interaksi Sosial Berkurang
- Penipuan
- Pencurian Identitas

2. Media Sosial Twitter

Media sosial Twitter diluncurkan tahun 2006. Twitter tumbuh dengan pesat dan saat ini sudah mencapai 284 juta pengguna. Hampir seluruh pengguna internet menggunakan Twitter, diantaranya selebritis, politikus,

Twitter adalah salah satu media sosial yang berjenis microblog. Microblog merupakan jenis media sosial yang memberikan fasilitas bagipara penggunanya untuk menulis dan membagikan aktivitas serta pendapat mereka.⁴ Twitter memungkinkan penggunanya untuk melakukan kegiatan

⁴ Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal. 43

komunikasi dengan cara mengirim dan membaca pesan dalam bentuk teks yang disebut dengan kicauan(tweet).

. Fitur pada Twitter:

- Tweets: teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna.
- Following: permintaan menjadi teman atau mengikuti (menjadi follower) akun pengguna lain agar tweets yang dikirim oleh orang yang diikuti tersebut masuk ke dalam halaman utamanya.
- Mentions: biasanya konten ini merupakan balasan dari percakapan agar sesama pengguna bisa langsung menandai orang yang akan diajak bicara.
- Hashtag: ditulis di depan topik tertentu agar pengguna lain bisa mencari topik yang sejenis yang ditulis oleh orang lain juga.
- Trending Topic: topik yang sedang dibicarakan banyak pengguna dalam suatu waktu yang bersamaan.

Dampak Positif Twitter

- Sebagai media promosi
- Memperluas pergaulan
- Media informasi
- Sebagai alat komunikasi jarak jauh
- Meraih kepopuleran

Dampak Negatif Twitter

- Menjadi pemicu konflik antar pengguna account
- Menjadi tergantung atau kecanduan pada twitter
- Membatasi pertemuan tatap muka
- Menghabiskan waktu

3. Media Sosial Instagram

Instagram merupakan media sosial tempat berbagi foto atau video. Pada awalnya Instagram hanya tersedia di aplikasi IOS (iphone / ipad), tapi saat ini sudah tersedia untuk berbagai OS yang lain seperti android, symbian,

windowsphone, dan lain-lain. Kelebihan dari media sosial Instagram adalah bisa mengedit foto agar terlihat lebih bagus dan profesional. Fitur yang tersedia di media sosial ini hampir sama dengan media sosial yang lain yaitu hashtag, comment, mention, like, follow, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow – akun Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk – produknya lewat Instagram.⁵

Detailnya sebagai berikut:

- Pengikut: Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram.
- Mengunggah Foto: Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto-foto yang ada di album foto di smartphone tersebut.
- Kamera: Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam iDevice tersebut.
- Efek foto: Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin.
- Caption: Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dan foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram ataupun ke jejaringan sosial lainnya dan memasukkan caption atau keterangan dari foto tersebut.
- Geotagging: Kita bisa menshare lokasi foto
- Like: Bila kita menyukai share foto atau video user lain

Dampak positif Instagram

⁵ M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2015) hal. 137

- Termotivasi untuk belajar dan mengembangkan diri melalui teman – teman yang mereka jumpai secara online di dunia maya.
- Untuk Promosi.
- Media untuk Online Shop.
- Memudahkan untuk berinteraksi dengan orang banyak

Dampak negatif Instagram

- Menjadi lupa waktu.
- Lebih sering bermain media sosial daripada berinteraksi secara langsung.
- Meningkatkan pengeluaran karena adanya Online Shop.

4. Media Sosial WhatsApp

Whatsapp merupakan suatu aplikasi yang pada dasarnya digunakan untuk berkirim pesan antar individu, dimana pada era saat ini telah menjelma menjadi aplikasi dengan pengguna terbanyak di dunia, Hal ini dikarenakan Watsapp dapat digunakan lintas platform yang membuat pengguna dapat bertukar pesan tanpa biaya pulsa layaknya SMS, karena aplikasi ini menggunakan biaya yang sama dengan internet, email, maupun BBM, yaitu menggunakan paket data ataupun wifi.⁶

- Story / status: membagikan status berupa foto gambar, video, ataupun tulisan yang bisa hilang dalam waktu 24 jam.
- Group: sebagai wadah diskusi dan bertukar informasi
- Sticker: Tersedia berbagai sticker yang menarik, Ada lebih dari 255 sticker menarik yang dapat kita gunakan untuk mengekspresikan perbincangan dalam bentuk gambar.
- Call: Memungkinkan untuk dapat menelfon teman sesama pengguna line tanpa menambah biaya pulsa karena menggunakan jaringan internet.
- Video call: Terdapat fitur video call yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan keluarga, teman, kerabat, pacar, sampai rekan bisnis.

⁶ Kurniawan. *Pemanfaatan Whatsapp sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat*. Jurnal Teknologi Informasi. Vol.6 (3), 2017, hal 124.

Dampak positif whatsapp

- Sebagai alat berbagi informasi
- Sebagai tempat promosi usaha dan berbisnis
- Grup sebagai wadah silaturahmi
- Tempat berbagi Dengan fitur yang ada pada media sosial kita dapat dengan mudah saling bertukar data baik berupa foto, dokumen, maupun pesan suara

Dampak whatsapp

- Sebagai sarana pengirim dan penerima berita hoax di grup wa
- Pengirim dan penerima pesan bersifat pornografi merajalela
- Foto yang seharusnya menjadi privasi yang sudah diposting atau dishare bisa disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab

C. Dampak Media Sosial bagi Psikologi Penggunaanya

Menurut beberapa hasil penelitian dan pemberitaan bahwa penggunaan media sosial terbukti berpengaruh pada keadaan psikologis seseorang. Antara lain sebagai berikut:

1. Media Sosial Sebagai Sarana Pengungkapan Diri yang Baik

Para ilmuwan telah menyetujui bahwa berbicara tentang diri kita sendiri akan memberikan dampak pada psikologis seseorang yakni berupa rasa kepuasan tersendiri dan rasa kesenangan yang sangat baik. Misalkan pada saat kita menggunakan media sosial untuk memberikan postingan berupa status:

“Sungguh hari ini aku sangat senang karena mendapat juara matematika tingkat nasional”.

Perhatikanlah status di atas, bahwa selain status ini bermaksud untuk sekedar mengungkapkan rasa gembira dan bangganya seseorang tersebut karena mendapat juara matematika tetapi makna yang sebenarnya bahwa orang tersebut sedang mengungkapkan dirinya pada publik, dia sedang menarik perhatian orang lain untuk membicarakan dirinya sendiri.

2. Pengaruh Posting-an Media Sosial pada Mood Seseorang

Emosi sangat mungkin untuk ditularkan melalui media sosial. Kita sendiri mungkin saja pernah ikut terbawa atau tertular emosi yang dibagikan melalui media sosial. Posting-an yang mengandung sisi positif atau sisi negatif sudah pasti akan mempengaruhi pembacanya. Kita seolah-olah digiring untuk merasakan hal yang sama dengan orang yang sedang memposting status tersebut. Cobalah untuk menghindari posting-an negatif yang dapat merusak moodmu. Apabila kamu terlanjur melihat posting-an negatif, kamu bisa cepat mencari unggahan yang lebih menarik dan menyenangkan sehingga mood yang rusak tadi bisa segera kembali membaik.

3. Media Sosial Beresiko Menimbulkan Iri Hati

Para ahli membuktikan bahwa unggahan keberhasilan seseorang dalam mencapai atau mendapatkan sesuatu dapat memicu perasaan iri hati, cemburu dan menderita pada seseorang. Hal semacam ini memang tak bisa untuk dipungkiri. Semua orang akan berlomba-lomba menunjukkan keberhasilannya di media sosial demi sebuah eksistensi dan anjungan dari para netizen. Seperti posting-an status yang sudah dicontohkan pada dampak psikologis pertama, bahwa pada saat dia mengunggah status tersebut ke media sosial, akan banyak sekali teman-temannya yang iri melihat keberhasilannya dalam mendapatkan juara matematika tingkat nasional.

4. Media Sosial Berpotensi Menimbulkan Kecemasan

Adanya tekanan terus menerus yang terdapat dalam media sosial akan menyebabkan tingkat kecemasan dan depresi yang tinggi bagi penggunanya. Misalkan pada saat ada promosi diskon yang sedang dilaksanakan oleh suatu pusat perbelanjaan dengan mengumumkannya melalui media sosial. Semua orang terutama wanita akan berlomba-lomba mendapatkan diskon tersebut. Mungkin akan baik bagi orang yang pada saat itu mempunyai uang yang cukup, tetapi bagi orang yang pada saat itu mungkin sedang mengalami kesulitan uang, dia akan senantiasa merasa cemas bahkan depresi karena tidak dapat mendapatkan diskon yang sedang berlangsung.

5. Media Sosial Dapat Menghilangkan Stres (bagi) Wanita

Bagi sebagian besar wanita di seluruh dunia menganggap bahwa dengan bermain media sosial adalah Cara Mengatasi Stres dan Depresi. Karena dengan mengakses media sosial, wanita akan dapat mengunggah postingan yang menarik bagi mereka serta dapat menikmati foto dan video yang mereka sukai. Bahkan para peneliti telah menemukan fakta bahwa wanita yang menggunakan media sosial akan memiliki faktor stres yang lebih rendah dibandingkan dengan wanita yang tidak bermain media sosial.

6. Media Sosial Memberikan Perasaan Menyenangkan

Jika kita sedikit mengulik tentang apa sebenarnya manfaat seseorang untuk mengupload foto atau video, memposting sebuah status yang memberikan informasi kita sedang berada di mana atau apa yang sedang kita melalui media sosial? Namun penelitian menunjukkan bahwa pada saat seseorang menceritakan segala sesuatu yang ia lakukan untuk ditunjukkan kepada orang lain di media sosial akan memberikan rasa kesenangan tersendiri bagi kita yang mengunggahnya. Atau dalam ilmu psikologi, hal ini dinamakan sebagai **Asertif** yakni saat kita menyampaikan perasaan kita akan menyebabkan perasaan lebih lega atau menyenangkan.

Hal ini juga dipengaruhi oleh fitur “Like” yang ada di Media Sosial. Para ilmuwan dari UCLA, Amerika Serikat, mencoba mengobservasi bagian-bagian otak yang aktif saat menerima suatu rewards. Sebanyak 32 anak remaja berumur 13-18 tahun diminta untuk berpartisipasi dalam sebuah jaringan sosial yang mirip dengan media sosial yang sedang populer saat ini, seperti Instagram. Eksperimen yang dilakukan di *UCLA’s Ahmanson-Lovelace Brain Mapping Center* ini memberikan 148 gambar di layar komputer kepada anak-anak remaja tersebut, termasuk 40 gambar yang dikumpulkan oleh setiap anak-anak remaja ini. Di saat yang bersamaan, para ilmuwan menganalisis aktivitas pada otak mereka menggunakan alat yang dinamakan *Functional Magnetic Resonance Imaging (fMRI)*.

Setiap gambar yang terpampang di layar komputer juga disertai dengan jumlah “likes” yang mereka kira diberikan oleh peserta remaja yang lain.

Akan tetapi sebenarnya, jumlah “likes” tersebut sudah ditentukan oleh para ilmuwan (setelah prosedur selesai, para remaja baru diberi tahu bahwa sebenarnya para ilmuwan sudah menentukan jumlah likes yang ada di gambar tersebut).

Hasilnya, ketika remaja-remaja ini melihat gambar yang mereka unggah mendapat banyak “likes”, para ilmuwan melihat berbagai aktivitas terjadi di berbagai bagian otak mereka. Satu bagian yang paling aktif adalah bagian otak yang termasuk dalam bagian **striatum**, namanya **nucleus accumbens**. Nucleus accumbens adalah bagian otak yang termasuk dalam sirkuit otak yang bernama *brain’s reward circuitry*. Sirkuit ini memang dipelajari akan lebih sensitif pada orang dewasa. Selain itu, para ilmuwan juga menganalisis aktivitas pada bagian otak yang bernama **social brain** dan bagian otak yang berhubungan dengan perhatian visual.

7. Media Sosial Sebagai Ajang Kebutuhan Untuk Didengarkan

Kebutuhan untuk didengarkan ternyata adalah kebutuhan dasar manusia di seluruh dunia, selain kebutuhan tempat tinggal dan makan. Sebagian orang mungkin bukanlah tipe orang yang mudah untuk menceritakan sesuatu kepada orang lain secara langsung. Mereka mungkin saja menganggap orang lain tidak akan mau mendengarkan keluh kesah atau masalah yang sedang dihadapinya.

Inilah salah satu diantara banyak alasan mengapa seseorang akan lebih nyaman untuk mencurahkan isi hatinya melalui status di media sosial. Wajar memang jika banyak orang lebih memilih mengungkapkan perasaannya di media sosial. Akan tetapi lebih baik lagi jika kita dapat curhat kepada orang lain untuk mengurangi resiko daripada curhat di media sosial.

8. Media Sosial Sebagai Wadah Kebutuhan untuk Dikenal

Bukan hal yang langka jika kehadiran atau eksistensi seseorang di media sosial adalah karena adanya kecenderungan untuk dikenal oleh banyak orang. Dengan dikenal banyak orang akan memicu psikologis seseorang

untuk merasa lebih bangga. Akan tetapi masalahnya adalah pengguna media sosial akhir-akhir ini terlalu mengekspresikan dirinya secara berlebihan bahkan ada yang bertentangan dengan nilai dan moral masyarakat.

Yang lebih mengerikan lagi ada banyak sekali postingan negatif seseorang di media sosial yang malah dianggap sebagai “goals” oleh banyak orang. Maka dari itu mulailah memahami bahwa dikenal karena sebuah prestasi justru adalah hal yang lebih dibanggakan daripada dikenal karena materi yang sering dipamerkan di media sosial.

9. Media Sosial Berpotensi Menimbulkan Konflik

Tidak dapat dipungkiri bahwa postingan di media sosial akan mempengaruhi diri kita sendiri maupun pasangan kita. Yang dikhawatirkan disini adalah ketika penggunaan media sosial menjadi tidak bijak karena adanya masalah yang timbul karena postingan yang diunggah di media sosial secara bebas tanpa batas. Penggunaan tanpa batas ini akan mengakibatkan salah paham, lalu menciptakan konflik dan akhirnya berujung pada perceraian. Selain itu pada hubungan pertemanan, media sosial bisa dijadikan sebagai ajang seseorang melakukan penyindiran atau olok-olok. Perilaku semacam ini bukan tidak mungkin akan menjadi masalah dan berakibat pada timbulnya konflik antar teman.

10. Media Sosial Menyebabkan Individualisme

Seseorang yang aktif menggunakan media sosial akan membentuk karakter seseorang yang individualis. Artinya mereka menjadi tidak peduli dengan keadaan lingkungan sekitar karena saat seseorang menggunakan media sosial, mereka akan cenderung asyik dengan dunia maya dan mengabaikan interaksi sosial dengan orang lain di kehidupan yang nyata. Hal ini akan mengakibatkan buruknya hubungan sosial antar sesama.

11. Media Sosial Menimbulkan Gengsi

Para pecandu media sosial akan selalu mengungkapkan dirinya di dunia maya yang berbeda dengan dirinya di dunia nyata. Mereka akan selalu

menunjukkan dirinya sebagai seseorang yang sempurna namun tak sesuai dengan dirinya di dunia nyata. Masalah ini biasanya dipicu oleh rasa gengsi sehingga seseorang menjadi tidak berani untuk mempresentasikan gambaran dirinya yang sebenarnya.

Dari dampak yang dipaparkan oleh penulis di atas dapat kita sadari bahwa Media komunikasi modern yang menghubungkan manusia secara lebih efektif, membawa banyak dampak baik positif maupun negatif bagi psikologi manusianya (penggunanya).

D. Efek Media Sosial Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi

1) *Efek kognitif*, Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Menurut Mc Luhan, media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita lihat atau belum pernah kita kunjungi secara langsung. Karena kita tidak dapat, bahkan tidak sempat, mengecek peristiwa-peristiwa yang disajikan media, kita cenderung memperoleh informasi tersebut semata-mata bersandarkan pada apa yang dilaporkan media massa.⁷

Efek dari media sosial yaitu informasi yang kita peroleh itu belum tentu kebenarannya karena kita tidak sempat untuk mengecek tentang apa yang telah diposting atau dishare melalui media sosial, alhasil informasi tersebut ditelan mentah-mentah menjadi sebuah keyakinan padahal itu hanyalah berita hoax.

2) *Efek Afektif*, Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan sekedar memberi tahu khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.⁸ Dampak pesan media massa sampai pada tahap afektif terjadi bila pesan yang disebarkan media mengubah apa

⁷ Ardianto, Elvinaro dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014) hal. 50

⁸ *Ibid*, hal.55

yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Dampak ini berkaitan dengan perasaan, penilaian, rangsangan emosional, dan sikap.⁹

Pada efek ini informasi dari media sosial menimbulkan penilaian dan memunculkan bermacam-macam perasaan seperti rasa disenangi dan dibenci dari para netizen, bahkan pada tahap ini sangat memungkinkan untuk menyebarkan kembali informasi yang didapat melalui media sosialnya masing-masing.

3) *Efek Behavioral*, Efek behavioral merupakan akibat timbulnya pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tindakan dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan sehari-hari.

Efek behavioral merupakan puncak dari efek-efek sebelumnya, hal ini sangat memperhatikan karena informasi yang telah didapatkan dari media sosial sudah terwujud dalam bentuk perilaku dan tindakan. Diantaranya adalah cuplikan video-video tiktok yang menampilkan adegan kekerasan, joget-joget vulgar, adegan merokok dan miras, serta masih banyak lagi, yang semuanya itu bisa mengarah ke efek behavioral.

Kesimpulan

Media sosial pada hakekatnya adalah sebuah sarana yang diciptakan untuk mempermudah komunikasi antara satu orang dengan orang yang lain walaupun harus melintasi jarak, ruang, dan waktu. Akan tetapi pada kenyataannya selain mempunyai banyak manfaat namun disisi lain mempunyai banyak dampak negatif.

Adapun efeknya yang didapatkan ada secara kognitif yang berujung pada seringnya mengkonsumsi pesan *toxic* (berita hoax, video tak pantas,dll), efek afektif yang mengarah pada rasa senang dan benci sehingga memungkinkan untuk menyebarkan kembali pesan *toxic* yang didapat, dan behavioral respon yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku dan tindakan untuk melakukan isi dari pesan *toxic*.

⁹ Yasir. *Pengantar Ilmu Komunikasi*,(Pekanbaru: Pusat Perkembangan Pendidikan Universitas Riau, 2009) hal.139

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014
- Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA)*, Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia
- Hafidz, Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Radja Grafindo Persada, 2012.
- <https://wearesocial.com/digital-2020>, Diakses pada 13 Oktober 2021
- Kurniawan. *Pemanfaatan Whatsapp sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat*. Jurnal Teknologi Informasi. Vol.6 (3), 2017,
- M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta: Kobis, 2015.
- Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015
- Onong Uchjana Effendy, Drs., *Komunikasi dan Modernisasi*, Saduran Himpunan Karya Carl I. Hovland, Charles Cooley, Wilbur Schramm, Bernard Betelson, Ithel De Sola Pool, Penerbit Alumni, Bandung, 1973.
- Rakhmat, Jalaludin, Drs, M.Sc, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.
- Rogers, E.M. dan F. Shoemaker, *Communication of Inovation*, London : Free Press, 1988.
- Yasir. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Pekanbaru: Pusat Perkembangan Pendidikan Universitas Riau, 2009

