



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Kajian Pustaka :Review Penelitian Sejenis Terdahulu**

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Permasalahan, teori, metode dapat dianalisis dan dikritisi, sehingga dapat terlihat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Terdapat dua acuan penelitian yang relevan. Kajian pustaka sebagai data pembandingan dan juga pendukung. Yang pertama adalah “Pengaruh pengguna smartphone terhadap pola komunikasi antarpribadi orangtua-anak dan interaksi dengan teman sebaya ( Survei terhadap Murid SMA Global Jaya School kelas xi tahun ajaran 2014/2015)”. Yang kedua adalah “Motif Remaja Surabaya Dalam Menggunakan Windows Live Messenger (survei terhadap Remaja surabaya yang berjumlah 738.434 (usia antara 10-25 tahun))” .

Informasi mengenai kedua kajian pustaka tersebut dapat dilihat di Tabel 2.1.

Peneliti memilih kedua kajian pustaka tersebut berdasarkan beberapa aspek, yaitu kedua dari penelitian yang dilakukan menggunakan konsep komunikasi dan kegiatan komunikasi melalui media untuk berinteraksi secara langsung satu dengan yang lainnya, sama halnya seperti pemanfaatan Instagram pada pelajar SMA Kristen Kanaan yang merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang mengandalkan media Instagram

dan diterapkan secara langsung dan terus-menerus yang kemudian dapat berpengaruh terhadap frekuensi dan intensitas komunikasi dengan orangtua.

Penelitian pertama mengkaji pengaruh penggunaan suatu alat komunikasi, hal ini dapat dijelaskan bahwa smartphone merupakan fitur atau alat yang dapat mempermudah manusia untuk melakukan komunikasi. Penelitian kedua mengkaji aplikasi Windows Live Messenger sebagai media untuk melakukan komunikasi. Kegiatan penggunaan media sosial tersebut termasuk dalam media baru yang dapat memberikan pengaruh pada remaja. kedua penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei, serupa dengan penelitian yang peneliti akan lakukan. beberapa teori yang digunakan di dalam kajian pustaka peneliti, yaitu Teori *Computer Mediated Communication*, Teori *Cybercommunity*, Teori New Media.

**Tabel 2.1**  
**Review Penelitian Sejenis Terdahulu**

<b>Nama Peneliti, asal, Tahun</b>	Peneliti 1: Meidita Kemala Audiary Universitas Multimedia Nusantara 2015	Peneliti 2: Meggie Yudiawati Ciari Universitas Kristen Petra surabaya 2009	Peneliti Nico Howie Universitas Multimedia Nusantara 2017
<b>Judul Penelitian</b>	Pengaruh pengguna smartphone terhadap pola komunikasi antarpribadi orangtua-anak dan interaksi dengan teman sebayanya	Motif Remaja Surabaya Dalam Menggunakan Windows Live Messenger	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Terhadap Frekuensi Dan Intensitas Komunikasi Dengan Orangtua

<p><b>Masalah Penelitian</b></p>	<p>a. Adakah pengaruh penggunaan smartphone terhadap pola komunikasi antarpribadi orang tua-anak dikalangan murid SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p> <p>b. Seberapa besar penggunaan smartphone terhadap pola komunikasi antarpribadi orang tua-anak di kalangan murid SMA SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p> <p>c. Adakah pengaruh penggunaan smartphone terhadap interaksi dengan teman sebaya dikalangan murid SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p> <p>d. Seberapa besar penggunaan smartphone terhadap interaksi dengan teman sebaya di kalangan murid SMA SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p>	<p>Bagaimana motif remaja surabaya dalam menggunakan Winows Live Messenger (MSN)?</p>	<p>a. Adakah pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua?</p> <p>b. Seberapa besar pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua?</p> <p>c. Adakah pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap intensitas komunikasi remaja dengan orangtua?</p> <p>d. Seberapa besar pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap intensitas komunikasi remaja dengan orangtua?</p>
<p><b>Tujuan Penelitian</b></p>	<p>a. Untuk mengetahui adanya pengaruh penggunaan smartphone terhadap pola komunikasi antarpribadi orang tua-</p>	<p>Mengetahui motif remaja surabaya dalam menggunakan Winows Live Messenger (MSN)?</p>	<p>a. Untuk mengukur apakah ada pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap frekuensi</p>

	<p>anak di kalangan murid SMA SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p> <p>b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan smartphone terhadap pola komunikasi antarpribadi orang tua-anak di kalangan murid SMA SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p> <p>c. Untuk mengetahui adanya pengaruh penggunaan smartphone terhadap interaksi dengan teman sebaya di kalangan murid SMA SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p> <p>d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan smartphone terhadap interaksi dengan teman sebaya di kalangan murid SMA SMA Global Jaya School kelas XI tahun ajaran 2014/2015?</p>		<p>komunikasi remaja dengan orangtua.</p> <p>b. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua.</p> <p>c. Untuk mengukur apakah ada pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap intensitas komunikasi remaja dengan orangtua.</p> <p>d. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap intensitas komunikasi remaja dengan orangtua.</p>
<p><b>Teori yang digunakan</b></p>	<p>Teori <i>Cybercommunity</i>, <i>Computer Mediated Communication</i></p>	<p>Teori Uses and gratification, dan Teori <i>Computer mediated Communication</i></p>	<p>Teori Media Baru, Teori <i>Cybercommunity</i>, Teori <i>Computer Mediated Communication</i>,</p>

<b>Metode Penelitian</b>	Survei	survei	survei
<b>Populasi Penelitian</b>	Murid SMA Global Jaya School kelas xi tahun ajaran 2014/2015	Remaja surabaya yang berjumlah 738.434 (usia antara 10-25 tahun)	Siswa-Siswi SMA Kristen Kanaan Tangerang
<b>Hasil Penelitian</b>	<p>a. Adanya pengaruh penggunaan smartphone terhadap pola komunikasi antarpribadi orangtua anak dikalangan murid SMA Global Jaya School kelas xi tahun ajaran 2014/2015.</p> <p>b. Penggunaan smartphone berpengaruh 4,9% terhadap variabel pola komunikasi antarpribadi orangtua anak, sedangkan sisanya 95,1% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p> <p>c. Ada pengaruh penggunaan smartphone terhadap interaksi dengan teman sebaya di kalangan murid SMA Global Jaya School kelas xi tahun ajaran 2014/2015.</p> <p>d. Penggunaan smartphone berpengaruh 4,4% terhadap variabel interaksi dengan teman sebaya, sedangkan sisanya 95,6% ditentukan oleh faktor</p>	<p>Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka didapat hasil bahwa terdapat terdapat 5 motif pengguna <i>windows live messenger</i> yang mendorong mereka untuk menggunakan <i>windows live messenger</i> sebagai sarana komunikasi mereka yaitu motif kegunaan sosial, motif kegunaan interpersonal, motif kemudahan, motif hiburan/relaksasi, dan motif informasi</p>	<p>a. Adanya pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua</p> <p>b. Pemanfaatan instagram berpengaruh 15,8% terhadap variabel frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua. Sedangkan sisanya, 84,2% dipengaruhi oleh sebab – sebab dan faktor lain yang tidak terangkum dalam analisis pada penelitian ini.</p> <p>c. Adanya pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap intensitas komunikasi remaja dengan orangtua</p> <p>d. Pemanfaatan instagram berpengaruh 1,5% terhadap variabel intensitas komunikasi remaja dengan orangtua. Sedangkan sisanya, 98,5% dipengaruhi oleh sebab – sebab dan faktor lain yang</p>

	lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.		tidak terangkum dalam analisis pada penelitian ini.
--	--	--	---

## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1 Teori Media Baru

Istilah dari media baru (*New Media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam (Mc Quail, 2012, h. 42).

Lister, dkk (2009, h. 12) menjelaskan bahwa setiap orang yang menggunakan istilah ‘media baru’ memiliki banyak pengertian seperti contohnya (Internet), selain itu beberapa orang juga beranggapan bahwa ‘media baru’ memiliki arti lain seperti (TV digital, cara baru untuk mencitrakan tubuh, lingkungan virtual, Permainan komputer, atau blog). Media baru memang memiliki banyak sekali perkembangan, namun sesuatu yang dapat dikatakan sebagai media baru yaitu media yang selalu mengandalkan internet.

Sejauh ini ciri utama dari media baru yaitu kesalingterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaanya yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Munculnya media baru dilihat oleh sebagian orang sebagai perlawanan terhadap komunikasi massa. Media baru terperangkap dan dilihat sebagai bagian dari jenis perubahan lainnya (karena merupakan sebab

dan akibat), dan diikuti munculnya era baru setelah mereka berkembang. Dalam pengertian ini, kemunculan 'media baru' sebagai teknologi dan budaya yang jauh lebih besar perubahannya, Singkatnya yaitu, sebagai bagian dari technoculture baru Lister, dkk (2009, h. 11).

Pandangan instrumental dominan lain tentang komunitas virtual adalah perayaan tentang budaya online di mana 'tidak ada rasa tempat'. Dalam definisi ini, komputerisasi menghilangkan ketergantungan pada 'tempat fisik dan meminimalkan kontak kebetulan di antara orang-orang asing (Holmes, 2012, h. 429).

Dua kekuatan utama dari perubahan tersebut adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer, kunci dari kekuatan komputer yang besar adalah sebagai sebuah mesin komunikasi yang terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala macam bentuk komunikasi akan dibawa secara efisien dan saling berhubungan (Mc Quail, 2012, h. 43).

Pada prinsipnya kebutuhan akan berbagai macam media akan tersaing, hal tersebut karena semua dan segala macam kebutuhan sebuah informasi dapat ditemukan dalam jaringan internet yang berpusat pada penerimaan yang sama.

Internet sebagai media: ciri-ciri utama (Mc Quail, 2012, h. 45)

- Teknologi berbasis komputer.
- Karakternya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel.

- Potensi interaktif.
- Fungsi publik dan privat.
- Peraturan yang tidak ketat.
- Kesalingterhubungan.
- Ada di mana-mana/tidak tergantung lokasi.
- Dapat diakses individu sebagai komunikator
- Media komunikasi massa dan pribadi.

### 2.2.2 *Teori Cybercommunity*

Saat ini kehidupan masyarakat telah terbagi menjadi dua yaitu, kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat dunia maya. Masyarakat nyata saat ini dapat digambarkan yang masih memiliki rasa inderawi, hubungan yang terbentuk dalam masyarakat nyata dapat dibangun melalui penginderaan dan dapat dilihat sebagaimana terbentuknya. Sedangkan masyarakat maya dapat didefinisikan sebagai masyarakat yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia. Kehidupan ini adalah sisi lain dari kehidupan materi manusia di bumi yang dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas (Bungin, 2007, h. 160). Hal ini dikarenakan masyarakat dunia maya pengguna media sosial mendapatkan kebebasan *cyberspace* yang artinya tidak memiliki batasan waktu dan tempat, dimana setiap pengguna media sosial

mendapatkan kemudahan untuk melakukan interaksi dengan oranglain dalam waktu yang bersamaan walaupun berada ditempat yang berbeda.

Sedangkan *cyberspace*, menurut William Gibson dalam (Holmes, 2012, H. 95) *cyberspace* atau dunia maya saat ini sering digunakan bergantian dengan internet, beberapa pemikir juga telah menunjukkan bahwa hal ini dapat diterapkan dalam artian yang lebih luas untuk melibatkan kisaran lingkungan yang terbentuk secara teknis dimana setiap individu mengalami suatu lokasi yang tidak dapat direduksi pada sekedar ruang fisik.

Teori *cybercommunity* dapat merumuskan bagaimana teknologi informasi seperti media sosial dapat mempengaruhi dan mendorong sebuah ruang kehidupan baru bagi aktivitas kehidupan manusia, kemajuan teknologi seperti ini akan mengandalkan internet yang dapat kita sebut sebagai *cyberworld*, yaitu dunia maya dimana kita sebagai manusia dapat mengakses sebuah informasi tanpa memiliki batas apapun dan dapat berkomunikasi secara langsung maupun tidak langsung.

Teori *cybercommunity* ini dapat dikatakan sebagai teori paling akhir dalam kajian komunikasi, di mana *cybercommunity* ini memiliki struktur yang menyerupai kehidupan sosial masyarakat nyata, sehingga dapat dikatakan sebagai sebuah teori *cybercommunity* (Bungin, 2007, h. 292). Perkembangan teknologi informasi saat ini juga tidak saja mampu untuk menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang

gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa kita sadari kini komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (Bungin, 2007, h. 160).

Masyarakat maya adalah revolusi terhadap sebuah perubahan masyarakat nyata. Bahwa manusia tak akan pernah puas hidup dalam dunia yang terbatas dan dalam ruang yang sempit. Dengan demikian perubahan sosial dalam masyarakat maya adalah sebuah hukum masyarakat yang terjadi setiap saat, perubahan seperti ini juga sudah menjadi sebuah ciri yang permanen dalam masyarakat maya, sehingga semua anggota masyarakat maya menganggap perubahan yaitu bagian dari dirinya (Bungin, 2007, h. 171)

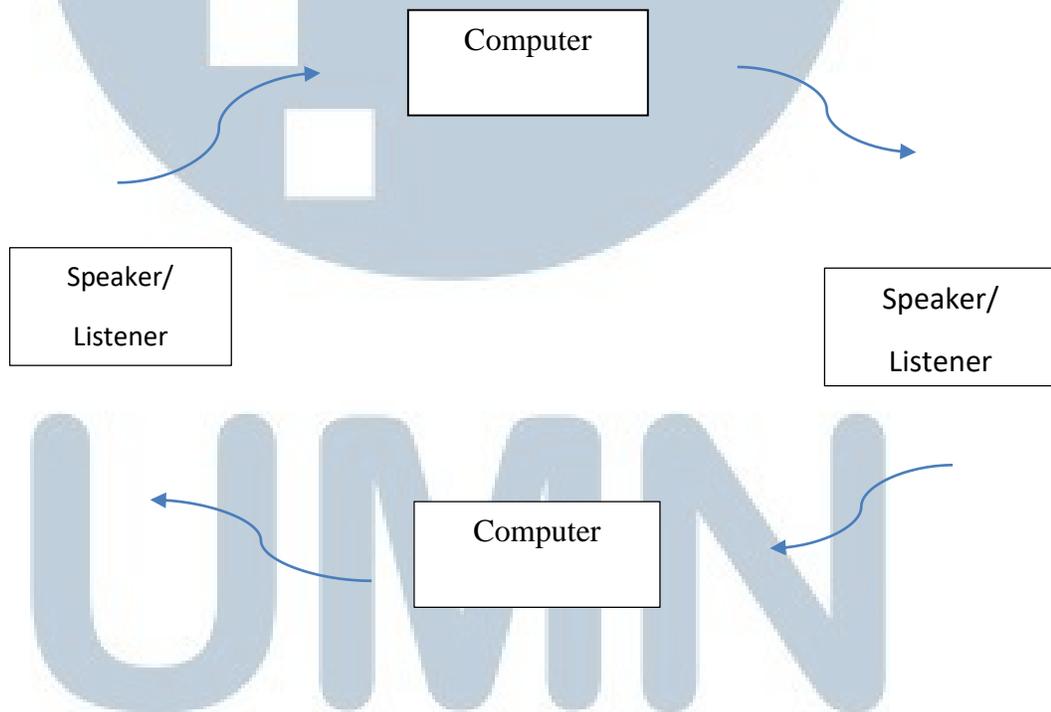
### **2.2.3 Teori *Computer Mediated Communication* (CMC)**

*Computer Mediated Communication* (CMC) merupakan bentuk komunikasi yang sangat berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Seperti yang dikatakan Andrew F. Wood dan matthew J. Smith (2005, h. 4) bahwa CMC merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Di dalamnya seringkali terjadi adanya batas-batas yang samar antar bentuk komunikasi yang bermediasi dan bentuk komunikasi yang dimediasi. Hal ini dapat dilihat dari interaksi yang tadinya hanya dapat dilakukan dengan tatap muka, kini komunikasi dapat dimediasi melalui komputer seiring dengan perkembangan teknologi dan era digital. Semakin individu

bergantung pada CMC untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, semakin sedikit mereka terlibat dalam komunikasi yang melibatkan fisik (Holmes, 2012, h. 431)

Namun alat komputer saja tidak cukup disebut sebagai *Computer Mediated Communication*, hal ini karena komputer memerlukan sebuah jaringan internet untuk dapat menghubungkan komunikasi para penggunanya.

Transaksional *Computer Mediated Communication*:



Gambar 2.1

Bentuk Transaksional *Computer Mediated Communication*

Sumber: (Devito, 2008, h. 17)

Gambar diatas menjelaskan *Computer Mediated Communication* merupakan bentuk komunikasi yang akan selalu mengandalkan komputer sebagai medianya, sehingga bentuk komunikasi seperti ini akan mencapai efisiensi yang tidak mungkin terwujud pada komunikasi secara fisik. Hal ini dikarenakan munculnya era komunikasi melalui teknologi digital. Namun CMC juga tidak harus selalu *point-to-point* (dari satu titik ke satu titik lain). Berbagai jaringan telah memungkinkan CMC adalah korespondensi *many-to-many* (dari banyak titik ke banyak titik lain) hal tersebut memungkinkan tidak ada lagi batasan teknis (Holmes, 2012, h. 101).

Penggunaan Instagram sebagai alat untuk melakukan komunikasi juga dapat dikategorikan sebagai *Computer Mediated Communication*. Menurut John December dalam buku (Thurlow , lengel, & Tomic, 2004, h. 15), *Computer Mediated Communication* merupakan proses sebuah komunikasi yang menggunakan komputer yang diposisikan dalam berbagai konteks, serta melibatkan proses untuk membentuk sebuah media dengan tujuan yang beragam.

Menurut Castells dalam (Holmes, 2012, h. 102), internet bukanlah samudra tanpa bentuk yang induvidu-induvidu bida menyelam kedalamnya, tetapi justru suatu galaksi berisi sub-sub media yang diatur. “Internet telah disesuaikan oleh praktik sosial, dalam semua keberagamannya, walau penyesuaian ini memang memiliki efek khusus pada praktik sosial itu sendiri”.

## 2.3 Kerangka Konseptual

### 2.3.1 Media Sosial

Safko (2012, h. 4) menjelaskan media sosial berdasarkan pada dua terminologi, yaitu *social* dan *media*. Terminologi *social* mengacu pada insting kebutuhan manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lain dan kebutuhan untuk bergabung dengan kelompok yang memiliki kesamaan pola pikir yang menimbulkan rasa nyaman untuk berbagi pemikiran, ide, dan pengalaman. Terminologi *media* mengacu pada media atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan manusia lain, seperti surat, telegraf, telepon, televisi, radio, *e-mail*, *website*, foto, audio, video, telepon seluler atau *text messaging*.

Menurut Laswell (dalam Mcquail, 2011, h. 107 ) fungsi utama dari komunikasi dalam masyarakat adalah pengawasan terhadap lingkungan, hubungan dengan bagian masyarakat dalam merespon lingkungan, dan penyiaran warisan budaya. Media sosial merupakan tempat, alat bantu, layanan yang dapat memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan diri mereka melalui teknologi internet.

Menurut Abrar, (dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Serta Impikasinya Di Masyarakat, 2013, h. 455) mengenai waktu penggunaan internet oleh para penggunanya, menyebutkan terdapat tiga kelompok pengguna internet berdasarkan lama waktu yang dipakai untuk menggunakan

internet, yaitu pengguna berat/heavy users (lebih dari 40 jam/bulan); pengguna sedang/medium users (10-40 jam/bulan); dan pengguna ringan/light user (tidak lebih dari 10 jam/bulan). Banyak waktu pengguna internet merujuk pada penggunaan Instagram yang mempengaruhi frekuensi dan intensitas komunikasi dengan orangtua.

Situs jejaring sosial atau yang dikenal *social media networking* merupakan proses untuk melakukan hubungan di dunia maya (Internet) dimana kita bisa berkenalan dengan siapapun, kapanpun, orang yang memiliki latar belakang yang berbeda ataupun orang dari negara yang berbeda (Dharma, 2004, h. 223).

### **2.3.2 Instagram**

Instagram dikategorikan sebagai media sosial bersifat *social sharing*, Instagram adalah media sosial yang memiliki posting berupa foto di mana pengguna tidak dapat mem-*posting* kata-kata tanpa foto (Linashcke, 2011, h. 1). Sama seperti media sosial lainnya, Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk membangun lingkaran sosial (*social circle*) dan bersosialisasi dengan cara mengikuti atau mem-*follow* akun yang disukai.

Linashcke (2011, h. 4-9) menguraikan fitur-fitur *photo sharing* yang dimiliki oleh Instagram, di antaranya adalah:

### 1. *Share*

Fitur '*share*' berfungsi untuk mengambil foto dan membagikan foto di Instagram. Pengguna dapat mengambil foto baru atau memilih foto yang telah ada di galeri foto. Setelah itu, lakukan *editing* foto jika diperlukan dan bagikan kepada pengguna lainnya.

### 2. *Feed*

Fitur '*feed*' yang terletak di paling kiri akan menunjukkan foto-foto dari akun yang diikuti (*di-follow*) secara *real-time* beserta waktu kapan foto tersebut diunggah (*di-upload*). Pengguna dapat mengklik tombol suka (*like*) atau memberikan komentar (*comment*) pada foto yang diinginkan. Selain itu, pengguna juga dapat meng-klik *username* seseorang untuk melihat seluruh foto yang telah diunggah ke akun Instagramnya.

### 3. *Tags*

Fitur '*tags*' pada Instagram pada dasarnya sama seperti *hashtag* pada Twitter. *Tag* diibaratkan seperti kata kunci (*keyword*) yang dituliskan pada foto secara otomatis akan memunculkan sekumpulan foto dari berbagai pengguna dengan kata kunci yang sama.

#### 4. *Popular*

Fitur '*popular*' berfungsi untuk menampilkan foto yang sedang *trending* atau menjadi tren di Instagram. Umumnya yang ditampilkan adalah foto dengan jumlah *like*, *comment*, dan kunjungan terbanyak.

#### 5. *News*

Fitur '*news*' akan menunjukkan setiap *like*, *comment* dan *follower* (pengikut) baru yang yang diterima oleh pengguna. Fitur ini juga menampilkan aktivitas dari para pengguna lain yang akunnya telah diikuti.

#### 6. *Profile, Account, and Sharing Settings*

Fitur '*profile*' akan menunjukkan pengaturan profil, akan, dan berbagi (*profile, account, and sharing settings*) serta jumlah pengikut. Pengguna juga dapat mencari teman untuk di-*follow* melalui *e-mail*, Facebook, Twitter, daftar kontak atau langsung mencari *username* yang diinginkan.

Fitur-fitur Instagram di atas dilengkapi dengan fitur efek foto (*filter*) yang variatif untuk memperindah foto yang akan diunggah para penggunanya. Fitur ini dapat dikustomisasi sesuai preferensi masing-masing pengguna sebelum diunggah ke Instagram. Foto yang menarik akan menarik perhatian pengguna lainnya dan memperoleh banyak *likes*.

### 2.3.2 **Remaja**

Masa remaja merupakan masa dimana terjadinya perubahan yang pasti dialami oleh setiap orang. Masa ini dikenal sebagai masa transisi yaitu terjadinya

perubahan-perubahan yang sangat menonjol dan menyangkut perubahan fisik, emosional, sosial, maupun personal, sehingga menimbulkan perubahan yang terlihat jelas pada perilaku remaja (Sulaiman, 1995, h. 1). Menurut LivingStone (2008, h. 398), Kalangan remaja dapat mengadopsi dunia online dengan antusias karena mereka bisa merepresentasikan dunia sesuai dengan selera dan *peer group* mereka, yang terkadang lepas dari pengawasan orangtua. Secara elatif, hal-hal yang dilihatnya di dunia online berpeluang untuk membentuk psikologi sosial remaja-mengkonstruksi, menciptakan eksperimen, dan menyajikan proyek refleksi diri dalam konteks sosial, yang dapat mengakibatkan sebagian remaja menjadi menentang norma dan melakukan tindakan beresiko lainnya, hal tersebut karena remaja merupakan kalangan paling produktif dalam hal penggunaan situs media sosial.

Menurut Boyd (2007, h. 18), Remaja menyatakan lebih mudah mengungkapkan prasaan sebenarnya melalui internet ketimbang pada bentuk komunikasi lainnya. Kebanyakan remaja menganggap rumah adalah tempat yang sangat penuh aturan dengan adanya peraturan dan norma yang dikontrol secara ketat oleh orangtua. Sehingga di media sosial remaja merasa dapat lebih leluasa dalam mengekspresikan diri.

Menurut Yusuf (2002, h. 184) , masa remaja dikategorikan menjadi 3 yaitu:

1. Remaja Awal (12-15 tahun)

Pada tahap ini, remaja mengalami perubahan jasmani yang cukup pesat. Remaja tidak mau dianggap seperti kanak-kanak lagi, namun mereka belum bisa meninggalkan pola ke kanak-kanakan mereka. Pada masa ini remaja sering merasa ragu-ragu dan tidak stabil dalam mengambil keputusan.

2. Remaja Pertengahan (15-18 tahun)

Pada tahap ini, kepribadiannya masih ke kanak-kanakan. Tapi positifnya, remaja sudah timbul rasa kesadaran untuk menentukan nilai-nilai tertentu dan melakukan perenungan.

3. Remaja Akhir (18-21 tahun)

Pada masa remaja akhir, remaja sudah di nilai cukup stabil dalam mengambil keputusannya. Bahkan remaja sudah mulai memahami akan arah dan tujuan hidupnya, serta sudah memiliki pendirian tertentu dalam kehidupannya.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masa remaja adalah masa dimana seseorang meninggalkan masa kehidupan kanak-kanakanya, hal tersebut dapat ditandai dengan berbagai krisis kepribadian. Oleh sebab itu masa remaja sangat rentan terpengaruh baik dari segi pola pikirnya ataupun perilakunya.

### **2.3.3 Orangtua**

Menurut Graha (2007, h. 10), orangtua berperan penting dalam membimbing dan mendidik remaja, tidak saja untuk membuat anak menjadi cerdas, tetapi juga membuat seorang anak remaja menjadi pribadi yang mandiri, bertanggung jawab dan bisa menghadapi kehidupannya kelak dengan baik dan berhasil.

Graha juga menyatakan bahwa untuk dapat mencapai kehidupan yang seimbang tersebut, anak tidak hanya membutuhkan pendidikan sekolah saja, tetapi juga butuh bantuan orangtua dalam mendukung keberhasilan sekolahnya dan kehidupan kesehariannya. Dengan peran orangtua yang aktif, remaja akan menyadari arti pentingnya pendidikan itu untuk masa depannya.

Psikolog Tika Bisono dalam CNN indonesia (Taylor , 2017, para. 3) mengatakan, anak-anak khususnya remaja memang memiliki rasa ingin tahu yang lebih besar. Maka itu, para remaja tidak dapat disalahkan jika dirinya penasaran dengan permainan yang beredar melalui internet. Orangtua tentu menjadi pemegang peran dalam kegiatan yang dipilih oleh anak-anaknya. Namun, bukan berarti menjauhkan anak dari gawai/gadget.

#### **2.3.1. Intensitas**

Intensitas merupakan seberapa sering dan seberapa lama waktu yang digunakan seseorang untuk melakukan suatu hal, seperti intensitas komunikasi. komunikasi bermedia internet membuat orang terpikat untuk berkomunikasi secara intensif dan secara terus menerus, sehingga komunikasi secara langsung akan terganggu (Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Serta Implikasinya Di Masyarakat, 2013, h 455)

Dalam sebuah keluarga komunikasi yang terjalin dengan baik atau efektif akan menentukan keharmonisan keluarga tersebut. Adanya keterbukaan dan dukungan di antara anggota keluarga. Hal ini menyangkut 5 kualitas umum yang mempertimbangkan dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi tatap muka, yakni keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan (Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Serta Implikasinya Di Masyarakat, 2013, h 457).

Holmes ( 2012, h. 95) menyatakan bahwa setiap individu yang membungkus komunikasi dalam ruang yang dihasilkan secara elektronik dapat dikatakan sebagai dunia maya, hal ini dapat menandakan bahwa ruang yang dibentuk dalam dunia maya merupakan sebuah ruang pribadi dan juga dapat dimiliki bersama dengan oranglain. Jadi sebuah intensitas komunikasi merupakan sebuah tindakan atau keadaan dimana seorang individu terus menerus menikmati dunia maya dalam kurun waktu tertentu dan seberapa sering menerapkan dalam kesehariannya.

Intensitas itu sendiri dipengaruhi oleh jumlah waktu yang digunakan untuk melakukan komunikasi, jumlah waktu tersebut dapat diukur dengan tingkat keserangan (frekuensi) dan juga durasi berkomunikasi antar pelaku yang terlibat didalamnya ( Tubbs & Moss, 2000, h. 200). Dapat disimpulkan bahwa Intensitas merupakan sebuah bentuk dari seberapa banyak kualitas dan kuantitas dari sebuah hasil yang dilakukan, seperti halnya komunikasi remaja dengan orangtua.

Holmes (2012, h. 431) mengatakan semakin sering kita bergantung dengan media untuk memnuhi kebutuhan komunikasi, maka semakin sedikit pula mereka akan terlibat dalam interaksi yang berwujud fisik.

## **2.4 Hipotesis**

### **2.4.1 Hipotesis Penelitian**

Berikut adalah hipotesis penelitian yang telah peneliti rumuskan dan ingin diuji kebenaran:

1. Ada pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua.
2. Ada pengaruh pemanfaatan Instagram terhadap intensitas komunikasi remaja dengan orangtua.

### **2.4.2 Hipotesis Statistika**

Hipotesis statistik penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Variabel X (Pemanfaatan Instagram) terhadap variabel  $Y_1$  (Frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua)

$$H_0 : p = 0$$

(Tidak ada pengaruh variabel pemanfaatan Instagram (X) terhadap variabel Frekuensi Komunikasi Anak Dengan orangtua ( $Y_1$ ))

$H_a : p \neq 0$

(Ada pengaruh variabel pemanfaatan Instagram (X) terhadap variabel Frekuensi Komunikasi Remaja Dengan Orangtua ( $Y_1$ ))

2. Variabel X (Pemanfaatan Instagram) terhadap variabel  $Y_2$  (Intensitas Komunikasi Remaja Dengan Orangtua)

$H_o : p = 0$

(Tidak ada pengaruh variabel Pemanfaatan Instagram (X) terhadap variabel Intensitas Komunikasi Remaja Dengan Orangtua ( $Y_1$ ))

$H_a : p \neq 0$

(Ada pengaruh variabel Pemanfaatan Instagram (X) terhadap variabel Intensitas Komunikasi Remaja Dengan Orangtua ( $Y_1$ ))

Hipotesis statistika yang pertama adalah  $H_o$  di mana Pemanfaatan Instagram tidak memiliki pengaruh terhadap frekuensi dan intensitas komunikasi dengan orangtua. Hipotesis statistika yang kedua adalah  $H_a$  di mana pengguna Instagram memiliki pengaruh terhadap frekuensi dan intensitas komunikasi dengan orangtua.

## 2.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

### 2.5.1 Definisi Variabel

Terdapat sebanyak tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu Instagram, frekuensi, dan intensitas komunikasi dengan orangtua. Jenis dari Instagram tidak dapat menggantikan peran media sosial yang lainnya, tetapi setiap media sosial saling terintegrasi menciptakan serangkaian gabungan kegunaan media dengan

peran dan karakteristik masing-masing, mencakup format komunikasi online maupun offline. Safko (2012, h. 4) menjelaskan manfaat dari media sosial yaitu setiap pengguna dari media sosial tersebut dapat terus melihat berbagai macam dari perkembangan, karena di dalam media sosial terdapat sebuah informasi yang mendunia dan pengguna dapat selalu berhubungan atau terkoneksi dengan informasi tersebut. Media sosial adalah tentang bagaimana manusia dapat menggunakan seluruh jenis teknologi secara efektif untuk menjangkau dan berkomunikasi dengan manusia lain, membangun hubungan dan kepercayaan.

Menurut Boyd (2007, h. 18), remaja lebih mudah mengungkapkan prasaan sebenarnya melalui internet ketimbang pada bentuk komunikasi lainnya. Kebanyakan remaja menganggap rumah adalah tempat yang sangat penuh aturan dengan adanya peraturan dan norma yang dikontrol secara ketat oleh orangtua. Sehingga di media sosial remaja merasa dapat lebih leluasa dalam mengekspresikan diri.

Instagram dikategorikan sebagai media sosial bersifat *social sharing*. Instagram adalah media sosial yang memiliki posting berupa foto di mana pengguna tidak dapat mem-*posting* kata-kata tanpa foto (Linashcke, 2011, h. 1). Sama seperti media sosial lainnya, Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk membangun lingkaran sosial (*social circle*) dan bersosialisasi dengan cara mengikuti atau mem-*follow* akun yang disukai.

Intensitas itu sendiri dipengaruhi oleh jumlah waktu yang digunakan untuk melakukan komunikasi, jumlah waktu tersebut dapat diukur dengan tingkat keseringan (frekuensi) dan juga durasi berkomunikasi antar pelaku yang terlibat didalamnya ( Tubbs & Moss, 2000, h. 200). Hal tersebut menunjukkan bahwa penyampaian informasi yang diberikan secara teratur dan terus-menerus dalam ukuran lamanya kejadian tersebut, sehingga menghasilkan kualitas dan kuantitas dari sebuah hasil yang dilakukan.

orangtua yaitu suatu hal yang selalu dilihat oleh anak dalam suatu keluarga, orangtua sangat berperan penting dalam membimbing dan mendidik anak, tidak saja untuk membuat anak menjadi cerdas, tetapi juga membuat anak menjadi pribadi yang mandiri, bertanggung jawab dan bisa menghadapi kehidupannya kelak dengan baik dan berhasil. Setiap orangtua memiliki gaya atau pola tersendiri dalam melakukan komunikasi dengan anak.



## 2.5.2 Operasionalisasi Variabel

**Tabel 2.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

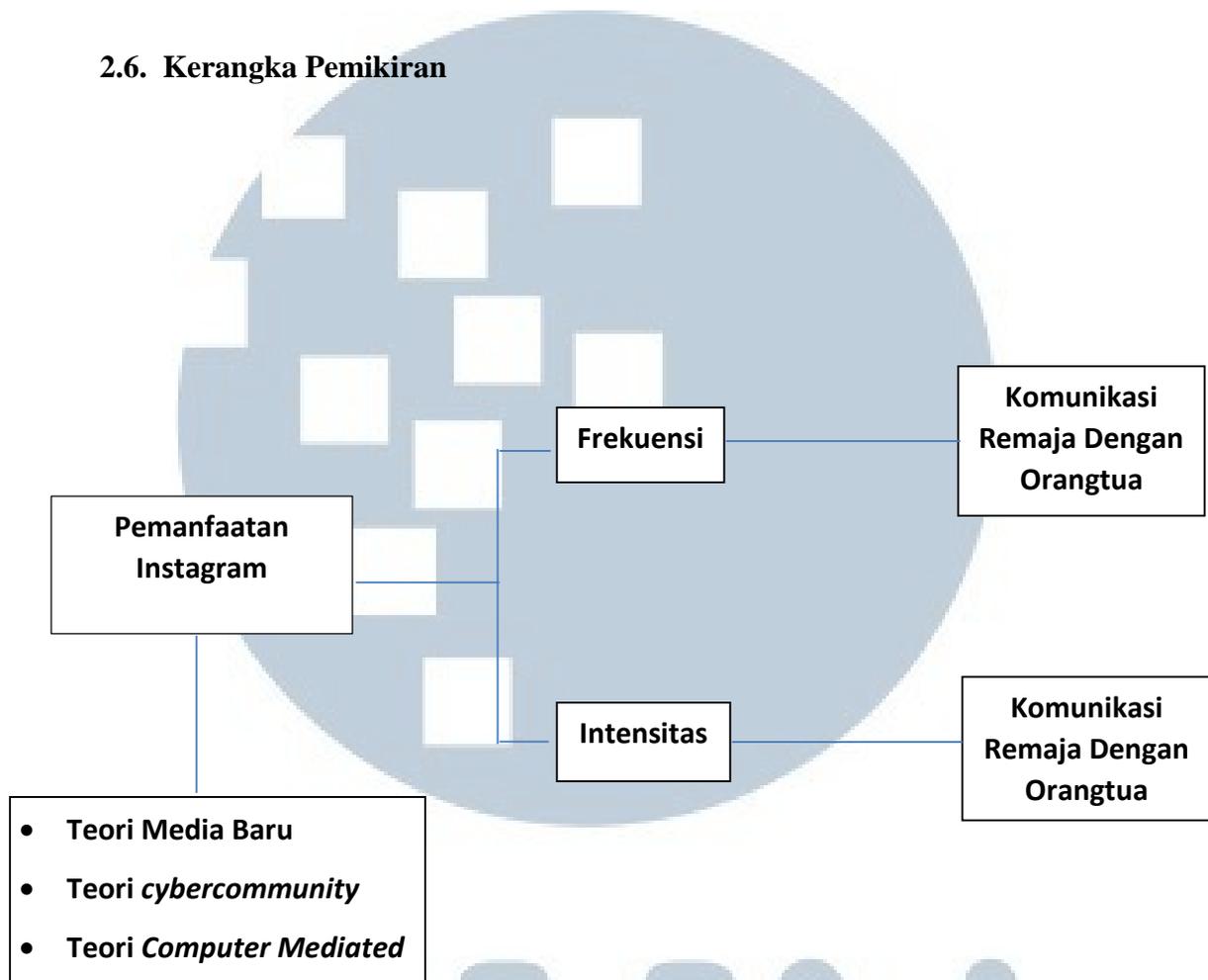
Variable	Dimensi	Indikator	Skala pengukuran
<p>Variabel X:</p> <p>Pemanfaatan Instagram</p> <p>Menurut Linashcke (2011, h. 1) instagram dikategorikan sebagai media sosial bersifat social sharing, dimana pengguna tidak bisa melakukan posting kata-kata tanpa foto.</p>	Penggunaan Instagram	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan sosial media Instagram.</li> <li>2. Instagram sebagai sumber informasi.</li> <li>3. memasukan foto kedalam akun Instagram (Posting).</li> <li>4. memberikan like dan komentar melalui Instagram.</li> <li>5. menggunakan Instagram untuk melihat pembaruan/<i>Feed</i>.</li> </ol>	Likert
	Durasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Menggunakan Instagram setiap hari</li> <li>7. Total waktu yang digunakan untuk Membuka media sosial Instagram.</li> </ol>	
<p>Variabel Y1:</p> <p>Frekuensi komunikasi remaja dengan orangtua menurut William Gibson dalam (Holmes, 2012, H. 95) dunia maya saat ini</p>	frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. sering membuka media sosial Instagram.</li> <li>2. Berkomunikasi dengan orangtua setiap hari</li> <li>3. Sesudah menggunakan Instagram frekuensi komunikasi dengan orangtua tidak berkurang</li> </ol>	Likert

<p>sering digunakan bergantian dengan internet, hal ini dapat diterapkan dalam artian yang lebih luas untuk melibatkan kisaran lingkungan yang terbentuk secara teknis dimana setiap individu mengalami suatu lokasi yang tidak dapat direduksi pada sekedar ruang fisik.</p>			
<p>Variabel Y2: Intensitas Komunikasi remaja dengan orangtua.</p> <p>Menurut Boyd (2007, h. 18), Remaja menyatakan lebih mudah mengungkapkan prasaan sebenarnya melalui internet ketimbang pada bentuk komunikasi lainnya.</p>	<p>Intensitas</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sering berkomunikasi intim dengan orangtua (bercerita hal pribadi)</li> <li>2. Tidak tentu berkomunikasi dengan orangtua dalam satu hari. (bertemu namun tidak berkomunikasi)</li> </ol>	<p>Likert</p>

	keterbukaan	3. Sering mengungkapkan prasaan melalui Instagram dibandingkan dengan orangtua.	
--	-------------	---	--



## 2.6. Kerangka Pemikiran



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA