

MODEL PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN PEMUDA

Mujahiddin, M. Said Harahap

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: Muja.MSP@gmail.com , muhammadsaid@umsu.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan pengguna internet di seluruh dunia termasuk di Indonesia terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kemenko Info pada tahun 2014 rata-rata pengguna internet terbanyak adalah kelompok pemuda yang berada di kisaran usia 18 sampai dengan 25 tahun dan 26 tahun sampai dengan 33 tahun. Kebanyakan dari kelompok pemuda ini mengakses internet untuk aktifitas sosial media. Parahnya banyak informasi yang disajikan oleh internet dan media sosial diisi oleh konten-konten yang sifatnya negative seperti gambar-gambar porno, berita-berita *hoax* yang bersifat fitnah dan SARA serta hal-hal negative lainnya. Untuk itu, penelitian ini akan melihat model penggunaan media sosial pada dua aspek yaitu; aspek etika dalam berkomunikasi pada media sosial dan *kedua*, kemampuan dalam memilah informasi yang bersifat *hoax*. Kedua aspek tersebut kemudian di analisis dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Sampel penelitian diambil secara random dengan mempertimbangkan keterwakilan dari tiap kelompok yang terdiri atas 20 orang anggota Karang Taruna Medan Johor dan 20 orang anggota BPK Ormas Oi. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan angket. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa model penggunaan media sosial di kalangan pemuda Karang Taruna Medan Johor dan BPK Ormas Oi Medan terbagi atas dua aspek yaitu; aspek etika komunikasi dan aspek pemilahan informasi yang bersifat *hoax*. Pada aspek etika komunikasi terlihat banyak pemuda yang memberikan informasi secara berlebihan dengan menuliskan masalah keluarga dan percintaan pada akun media sosial mereka. Namun begitupun, di sisi lainnya, banyak juga pemuda yang tidak pernah menuliskan kata-kata cacimaki, kasar, kata-kata porno dan kata-kata yang mengandung ujaran kebencian pada akun media sosial mereka. Pada aspek pemilahan informasi yang bersifat *hoax*, banyak pemuda yang mengaku sering membaca judul yang bersifat profokatif dan membagikannya tanpa membandingkan informasi yang ada dengan sumber lainnya. Selain itu, banyak juga pemuda yang tidak memeriksa alamat situs dan fakta pada konten informasi yang cenderung profokatif tersebut.

Kata Kunci: Media Sosial dan Kelompok Pemuda

Pendahuluan

Pertumbuhan pengguna internet dalam beberapa tahun belakangan ini terus mengalami peningkatan. Data yang dikeluarkan oleh *We Are Social* menunjukkan pengguna internet di seluruh dunia dari tahun ke tahun naik hingga 7,6 persen. Hingga Agustus 2015 pengguna aktif di seluruh dunia mencapai angka 3,17 miliar. Tingginya angka pertumbuhan tersebut berpengaruh terhadap pertumbuhan pengguna media sosial dan mobile. Data mencatat pengguna media sosial aktif kini mencapai 2,2 miliar sedangkan pengguna mobile mencapai 3,7 miliar. Facebook menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dengan angka mencapai hampir 1,5 miliar (<https://id.techinasia.com>).

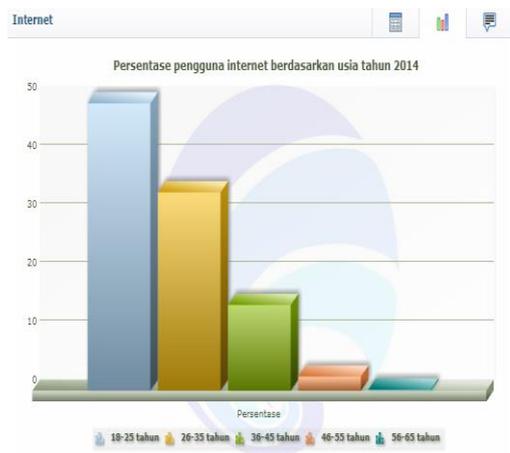
Di Indonesia angka pengguna internet juga mengalami peningkatan. Dengan jumlah penduduk sekitar 200 juta ada sekitar 88,1 juta yang aktif menggunakan internet. Selama setahun –mulai Januari 2015 hingga Januari 2016 – ada sekitar 15 persen kenaikan angka pengguna internet. Pada periode yang

sama terjadi kenaikan sebesar 10 persen untuk penggunaan media sosial. Jika dilihat secara rinci ada sekitar 79 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia dan ada sekitar 66 juta orang yang mengakses media sosial melalui perangkat *mobile*. Facebook masih menjadi layanan media sosial yang memiliki pengguna paling aktif di Indonesia. (<http://tekno.liputan6.com/>). Hal ini membuktikan bahwa kenaikan pengguna internet selalu berpengaruh pada kenaikan pengguna media sosial. Tidak salah jika kemudian Indonesia sering dikatakan sebagai negara yang sangat potensial untuk menjadi pasar digital.

Namun ironisnya, meski angka pengguna internet dan media sosial di Indonesia sangat tinggi tetapi tidak diikuti dengan kemampuan penggunaan media sosial yang baik oleh setiap pengguna media sosial. Ada banyak kasus yang menyebabkan pengguna akun media sosial harus berhadapan dengan hukum. Mulai dari kasus pencemaran nama baik yang dilakukan di media sosial, penyebaran berita *hoax*, penyebaran informasi yang berbau

SARA dan berbagai kritik terhadap kebijakan politik yang terkadang dianggap sebagai aktifitas perlawanan terhadap pemerintah.

Oleh karenanya penting bagi para pengguna internet dan media sosial untuk bisa menggunakan akun media sosialnya secara cerdas sehingga tidak tersangkut pada jeratan hukum pidana sebagaimana yang diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Apalagi data yang dikeluarkan oleh Kemenko Info menunjukkan 50 persen pengguna internet di Indonesia berada dikisaran umur 18 s/d 25 tahun dan sekitar 33 persen pengguna internet di Indonesia berada pada usia 26 s/d 35 tahun (lihat gambar.1).



Gambar 1:

Persentase Penggunaan Internet Berdasarkan Usia Pada Tahun 2014

Sumber:

http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=424&iddoc=1321&data-data_page=4

Tingginya angka pengguna internet dan media sosial pada usia tersebut tentunya harus mendapat perhatian yang serius. Sebab bagaimana-pun banyak juga pemuda-pemuda yang tanpa sengaja akhirnya terjebak menjadi *hetter* dan *bully-an*. Walaupun pada kenyataannya tidak semua pemuda gemar untuk menjadi *hetter* dan melakukan aktifitas *bully* tetapi bagaimana-pun aktifitas yang mereka lakukan seperti meng-*up-load* foto, *up-date* status dan men-*tag* lokasi di akun-akun sosial seperti Facebook, Part, Instagram, Twitter dan Blog harus tetap diamati secara serius.

Untuk itu, penelitian dengan judul Model Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pemuda Karang Taruna Kecamatan Medan Johor dan Badan Pengurus Kota Ormas Orang Indonesia (BPK Oi) Kota Medan merupakan langkah awal untuk melihat bagaimana model penggunaan media sosial di kalangan pemuda. Apalagi hampir semua anggota atau kader Karang Taruna

dan BPK Ormas Oi aktif dalam penggunaan media sosial. Setidaknya satu orang anggota Karang Taruna dan BPK Ormas Oi memiliki 5 sampai 6 akun media sosial yaitu; Facebook, Twitter, Instagram, Part, Line dan BBM. (Lihat Tabel 1)

Tabel 1 :
Penggunaan Media Sosial di
Kalangan Pemuda Karang Taruna
Kecamatan Medan Johor dan BPK
Ormas Oi Kota Medan

Nama Kelompok Pemuda	Jumlah Anggota	Penggunaan Akun Media Sosial
Karang Taruna Kecamatan Medan Johor	40 orang	Facebook 35 orang
		Twitter 30 orang
		Blog -
		BBM 33 orang
		Line 28 orang
		Part 20 orang
		Instagram 30 orang
BPK Ormas Oi Kota Medan	30 orang	WhatsApp 5 orang
		Facebook 25 orang
		Twitter 20 orang
		Blog -
		BBM 25 orang
		Line 20 orang
		Part 15 orang
Instagram 20 orang		
		WhatsApp 3 orang

Dari tabel 1 di atas tampak bahwa kebanyakan dari anggota Karang Taruna dan juga BPK Ormas Oi menggunakan akun media sosial Facebook. Sedangkan untuk akun media sosial yang ada pada *mobile phone* kebanyakan dari kelompok pemuda ini menggunakan aplikasi

BBM, Line dan Instagram. Banyaknya jumlah anggota Karang Taruna Kecamatan Medan Johor dan BPK Ormas Oi Kota Medan yang menggunakan akun media sosial harus diikuti dengan pemberian pemahaman terkait penggunaan media sosial sebagai *new media*.

Tentunya *new media* di sini tidak hanya dikatikan dengan kehadiran internet saja tetapi juga berkaitan dengan media sosial yang hanya dapat diakses dengan menggunakan jejaring internet tersebut. Apalagi *new media* menawarkan *speed and space* yang membuka peluang bagi hadirnya informasi-informasi yang tidak ditemukan dalam bentuk *hard copy* atau seperti media konvensional pada umumnya (Malau, 2011). Dalam hal ini beberapa pakar sepakat bahwa istilah *new media* tersebut digunakan untuk membedakan antara media lama atau tradisional yang lebih dulu ada. Misalnya, koran pada puluhan tahun silam berbentuk lembaran kertas dan harus dibeli untuk berlangganan, namun sekarang koran sudah disajikan secara online dalam bentuk *e-peper* (Situmorang, 2012).

Atas dasar hal tersebut, maka penelitian ini akan melihat bagaimana model penggunaan media sosial di kalangan pemuda Karang Taruna Medan Johor dan BPK Ormas Oi Kota Medan?

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini dipilih agar dapat menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2010). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan model *random sampling*. Adapun data yang telah dikumpul melalui angket atau kuisioner selanjutnya dianalisis secara deskriptif.

Hasil Dan Pembahasan

Pada penelitian ini, hasil penelitian hanya akan menjawab satu rumusan masalah penelitian yang telah diajukan sebelumnya yaitu; bagaimana bagaimana model

penggunaan media sosial di kalangan pemuda Karang Taruna Medan Johor dan BPK Ormas Oi Kota Medan? sebelum menjawab pertanyaan tersebut, model penggunaan media sosial akan dilihat dalam dua aspek yaitu; *pertama*, aspek etika berkomunikasi dan *kedua*, aspek kemampuan memilah informasi yang bersifat hoax. Hal ini penting untuk dilakukan agar dapat melihat secara terpisah bagaiman model penggunaan media sosial di kelompok pemuda. Adapun penyajian dari masing-masing aspek sebagai berikut:

Etika Berkomunikasi Pada Media Sosial

Pada prinsipnya, kaidah-kaidah komunikasi –baik secara langsung atau melalui media pelantara –tetap harus dijunjung tinggi. Ketika seorang individu atau masyarakat sedang berkomunikasi, maka pada dasarnya mereka sedang membangun unsur kepercayaan di sela-sela relasi komunikasi. Pada saat ini medi sosial menjadi satu alat atau media yang paling dominan dan atau paling banyak digunakan untuk

berkomunikasi khususnya di kalangan pemuda. Baik atau tidaknya komunikasi yang mereka bangun di media sosial akan berdampak pada tatanan sosial yang ada. Oleh karenanya, menjaga etika berkomunikasi pada saat menggunakan media sosial menjadi penting untuk dilakukan.

Ada beberapa unsur etika komunikasi yang diamati pada penelitian ini yaitu; (1) tidak memberikan informasi pribadi secara berlebihan. (2) Berkomunikasi secara santun, dan (3) Beropin berdasarkan fakta. Dari kedua unsur tersebut di dalamnya terdapat beberapa indikator yang dijadikan instrument pengukur. Berikut penyaian masing-masing unsur etika komunikasi berdasarkan indikator yang ditetapkan.

Tidak Memberi Informasi Pribadi Secara Berlebihan

Memberikan informasi pribadi pada akun media sosial secara berlebihan tentu akan memberikan dampak yang negative bagi si pemilik akun. Apalagi jika informasi yang diberikan tersebut bersifat

rahasia seperti menuliskan nomer handphone, alamat rumah secara lengkap dan jelas atau terkadang menuliskan nomer rekening. Jika informasi yang bersifat rahasia tersebut disebar secara luas pada akun media sosial, maka akan mempermudah orang-orang untuk melakukan tindakan kejahatan atau penipuan terhadap si pemilik akun.

Selain itu, banyak juga diantara pengguna media sosial yang masih suka untuk menuliskan masalah keluarga dan masalah hubungan percintaannya pada akun media sosial. Padahal, ketika masalah-masalah tersebut dipublis ke media sosial maka semua orang akan mengetahui aib dan atau kondisi ketidak harmonisan keluarga. Terkadang hal ini dilakukan tanpa sadar untuk melampiaskan emosi dan agar mendapatkan perhatian dari teman-teman yang ada di akun media sosial tersebut. Tetapi jika ini terus berlangsung, maka bisa saja orang akan memandang negative kepada kita sebagai pemilik akun yang suka untuk menuliskan masalah keluarga dan atau masalah hubungan

percintaan yang merupakan aib bagi diri kita sendiri.

Menariknya, 40 orang pemuda dari kelompok Karang Taruna Medan Johor dan BPK Ormas Oi Kota Medan tidak pernah menuliskan nomer rekening pada akun media sosial mereka. Namun untuk nomer telpon atau handphone sebanyak 18 orang pemuda dari dua kelompok ini mengatakan sering menuliskan nomer handphone pada akun media sosial mereka. Sedangkan 12 orang lainnya mengaku hanya kadang-kadang menuliskan nomer handphone pada akun media sosial mereka dan sisanya ada 10 orang yang tidak pernah menuliskan nomer handphone pada akun media sosial mereka.

Dalam penggunaan nama samaran masih terdapat 10 orang pemuda yang mengaku selalu menggunakan nama samaran pada akun media sosial mereka. 12 orang lainnya mengaku sering menggunakan nama samaran pada akun media sosial mereka dan 11 orang mengaku hanya kadang-kadang saja atau pada saat tertentu menggunakan nama samara pada

akun media sosialnya. Dan hanya 7 orang yang mengakui tidak pernah menggunakan nama samara pada akun media sosialnya.

Sedangkan untuk mempublis masalah-masalah keluarga pada akun media sosial, sebanyak 15 orang pemuda dari kelompok Karang Taruna Medan Johor dan BPK Ormas Oi Kota Medan mengaku sering menuliskan masalah keluarga pada akun media sosial mereka dan 15 orang lainnya mengakui hanya kadang-kadang menuliskan masalah keluarga pada akun media sosial. Sedangkan 10 orang sisanya mengakui tidak pernah sama sekali menuliskan masalah keluarga pada akun media sosialnya. Untuk indikator terakhir yaitu mempublis masalah percintaan, ada 8 orang pemuda dari dua kelompok ini yang mengakui selalu menuliskan masalah percintaan pada status media sosialnya. Selain itu, ada 12 orang yang mengaku sering menuliskan masalah percintaan pada status media sosialnya. Sisanya terdapat 10 orang yang menyatakan kadang-kadang dan 10 orang lainnya menyatakan tidak pernah menuliskan

masalah percintaan pada status media socialnya.

Berkomunikasi Secara Santun

Selain memberikan informasi pribadi secara berlebihan, unsur lain yang juga diukur pada etika berkomunikasi adalah kemampuan berkomunikasi secara santun saat menggunakan akun media sosial. Pada unsur ini, hampir rata-rata responden mempunyai kemampuan berkomunikasi secara santun dalam menggunakan akun media sosial.

12 orang responden yang mengakui kadang-kadang menuliskan kata-kata yang kasar atau cacimaki pada akun media sosialnya. Sedangkan 28 responden sisanya mengaku tidak pernah menuliskan kata-kata kasar atau cacimaki pada akun media sosialnya. Untuk point kedua, hanya 2 orang responden yang mengkui kadang-kadang suka menuliskan kata-kata yang berbau prono pada akun media sosialnya. Sedangkan 38 orang responden lainnya mengakui tidak pernah menuliskan status yang menggunakan kata-kata porno pada akun media sosialnya. Begitu juga

dengan penulisan status yang berbau SARA atau ujaran kebencian. Hanya 2 orang responden saja yang mengakui kadang-kadang suka menuliskan kata-kata yang berbau ujaran kebencian atau SARA pada akun media sosial mereka. Sedangkan 38 orang responden lainnya mengakui tidak pernah menuliskan status yang berbau SARA atau ujaran kebencian.

Selain itu, ada 12 orang responden yang mengakui kadang-kadang suka menuliskan status pada akun media sosialnya dengan menggunakan huruf capital. Sedangkan 28 orang lainnya mengakui tidak pernah menulis status pada akun media sosialnya dengan menggunakan huruf capital. Terakhir, ada 6 orang responden yang mengaku kadang-kadang menuliskan status pada akun media sosialnya dengan menggunakan singkatan yang sulit dimengerti orang lain. Sedangkan ada 34 orang responden mengakui tidak pernah menuliskan singkatan yang tidak dimengerti oleh orang lain pada akun media sosial mereka.

Beropini Berdasarkan Fakta

Instrument lain yang diukur pada etika berkomunikasi dalam menggunakan media sosial adalah beropini berdasarkan fakta. Hal ini dijadikan instrument untuk diukur dikarenakan kebanyakan dari kelompok pemuda atau pengguna media sosial selalu membuat opini tidak berdasarkan fakta. Namun menariknya, hal tersebut tidak berlaku bagi anggota Karang Taruna Kecamatan Medan Johor dan BPK Ormas Oi. Hampir semua anggota dari dua kelompok ini mengakui jika selama ini mereka menuliskan status pada akun media sosialnya selalu berdasarkan fakta sebab hampir semua anggota memahami sanksi hukum yang akan mereka terima jika beropini tidak berdasarkan fakta yang jelas.

Dari 30 orang anggota kelompok pemuda yang mengaku selalu beropini berdasarkan fakta. Sedangkan ada 5 orang yang mengaku sering dan ada 5 orang juga mengaku hanya kadang-kadang beropini berdasarkan fakta pada saat menulis di akun media sosial.

Kemampuan Dalam Memilah Informasi Hoax

Penggunaan media sosial secara cerdas tidak hanya dilihat dari kemampuan dalam etika berkomunikasi tetapi juga dilihat dari kemampuan dalam memilah informasi yang bersifat hoax. Apalagi pertumbuhan penggunaan internet dan *smartphone* yang terus meningkat setiap tahunnya juga berkorelasi secara positif dengan penggunaan akun media sosial. Bersarnya pertumbuhan tersebut harus diimbangi dengan kemampuan memilah bahan literasi digital atau bacaan digital yang baik. Sebab jika tidak diikuti dengan kemampuan memilah yang baik maka akan terjebak pada informasi-informasi yang bersifat hoax atau bohong.

Ada tiga aspek yang akan dijadikan indikator untuk mengukur kemampuan dalam memilah informasi yang bersifat *hoax* yaitu; (1) Kemampuan Memilah Judul Yang Cenderung Profokatif, (2) kemampuan dalam mencermati alamat situs, dan (3) kemampuan dalam memeriksa fakta pada konten informasi atau berita. Adapun

penyajian dari ketiga aspek tersebut adalah sebagai berikut:

Kemampuan Memilah Judul Yang Cenderung Profokatif

Berita hoax kerap kali membubuhi judul secara sensasional dan provokatif. Bentuk provokasinya dapat berupa menuding satu pihak tertentu. Atas hal tersebut maka pemilihan informasi berdasarkan judul-judul yang profokatif harus dapat dihindari dengan membandingkan informasi serupa pada situs berita online lainnya. Kemampuan memilih dan membandingkan judul-judul informasi yang bersifat hoax ini sangat minim dilakukan oleh kelompok pemuda BPK Ormas Oi dan Karang Taruna Medan Johor sedangkan intensitas untuk membaca informasi yang berjudul profokatif sangat sering dilakukan.

14 orang peserta mengaku sering membaca informasi yang berjudul profokatif dan 15 orang mengaku kadang-kadang suka membaca informasi yang berjudul profokatif. Ironisnya dari membaca informasi yang berjudul profokatif penyajian

dari ketiga aspek tersebut adalah sebagai berikut:

Kemampuan Memilah Judul Yang Cenderung Profokatif

Berita hoax kerap kali membubuhi judul secara sensasional dan provokatif. Bentuk provokasinya dapat berupa menuding satu pihak tertentu. Atas hal tersebut maka pemilihan informasi berdasarkan judul-judul yang profokatif harus dapat dihindari dengan membandingkan informasi serupa pada situs berita online lainnya. Kemampuan memilih dan membandingkan judul-judul informasi yang bersifat hoax ini sangat minim dilakukan oleh kelompok pemuda BPK Ormas Oi dan Karang Taruna Medan Johor sedangkan intensitas untuk membaca informasi yang berjudul profokatif sangat sering dilakukan.

14 orang peserta mengaku sering membaca informasi yang berjudul profokatif dan 15 orang mengaku kadang-kadang suka membaca informasi yang berjudul profokatif. Ironisnya dari membaca informasi yang berjudul profokatif

tersebut sebanyak 21 orang kadang-kadang suka membagikan informasi dengan judul yang profokatif tersebut sedangkan ada 10 orang yang mengaku sering membagikan informasi yang berjudul profokatif pada akun media sosialnya. Pada saat membagikan informasi dengan judul yang bersifat profokatif tersebut, sebanyak 21 orang peserta tidak pernah membandingkan sumber informasi yang bersifat profokatif tersebut dengan sumber informasi lainnya.

Kemampuan Dalam Mencermati Alamat Situs

Kemampuan lainnya yang diukur dalam memilah informasi hoax adalah kemampuan dalam mencermati alamat situs atau link dari sumber informasi tersebut. Sebab, selain judul yang dibuat profokatif, sumber informasi hoax juga berasal dari alamat situs yang belum terverifikasi sebagai institusi pers resmi. Hal ini bisa dilihat dari domain yang digunakan, jika menggunakan bloksport biasanya informasi yang dikeluarkan bisa dibilang meragukan. Pada aspek ini,

kebanyakan pemuda dari kelompok Karang Taruna Kecamatan Medan Johor dan BPK Ormas Oi tidak pernah memeriksa atau mencermati alamat situs dari sumber informasi yang mereka baca.

Sebanyak 20 orang pemuda dari kelompok BPK Ormas Oi Kota Medan dan Karang Taruna Kecamatan Medan Johor yang menjadi peserta sosialisasi mengaku tidak pernah memeriksa atau mencermati alamat situs yang dijadikan sumber informasi mereka. Hanya 3 orang yang mengaku selalu memeriksa atau mencermati alamat situs yang dijadikan sumber informasi mereka. Sedangkan 5 diantaranya mengaku sering dan 12 lainnya mengaku kadang-kadang.

Kemampuan Dalam Memeriksa Fakta Pada Konten Informasi

Sejalan dengan kemampuan memilah judul yang profokatif dan kemampuan mencermati alamat situs, maka kemampuan terakhir yang akan diukur dalam aspek memilah informasi yang bersifat hoax adalah kemampuan dalam memeriksa fakta pada konten

informasi. Sebab, kebanyakan konten pada informasi tidak secara jelas mencantumkan dari mana asal informasi, siapa narasumbernya dan apakah informasi tersebut dari institusi pemerintah atau lembaga-lembaga yang dapat dipercaya. Kemampuan inilah yang tidak sepenuhnya dimiliki oleh anggota Karang Taruna Kecamatan Medan Johor dan BPK Ormas Oi Kota Medan. Hal ini terlihat pada tabel 6 di mana sebanyak 23 orang peserta tidak pernah memeriksa fakta pada konten informasi. Sedangkan 12 orang mengaku hanya kadang-kadang memeriksa fakta pada konten dan sisanya 5 orang mengaku sering.

Sedikitnya anggota Karang Taruna Kecamatan Medan Johor dan BPK Ormas Oi yang memeriksa isi atau fakta pada konten membuktikan bahwa selama ini kebanyakan peserta dari dua kelompok pemuda ini tidak mengetahui jika isi atau konten pada satu informasi juga penting untuk dicermati karena hanya dengan kemampuan mencermati isi atau konten informasi akan mempermudah untuk

membedakan mana informasi yang bersifat opini dan mana informasi yang bersifat fakta.

Model Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Pemuda

Dari hasil penelitian, menunjukkan model penggunaan media sosial di kalangan pemuda Karang Taruna Medan Johor dan BPK Ormas Oi Medan. Terdapat dua aspek pada penggunaan media sosial yaitu aspek pertama, etika berkomunikasi. Pada aspek ini tampak peserta yang mengaku sering menuliskan masalah keluarga dan percintaan pada akun media sosialnya. Namun menariknya, banyak pemuda yang mengatakan tidak pernah menuliskan kata-kata kasar atau cacimaki, menuliskan kata-kata porno dan kata-kata yang mengarah pada ujaran kebencian serta setiap kali menuliskan opini di media sosial, hampir rata-rata pemuda selalu menuliskan opininya berdasarkan fakta.

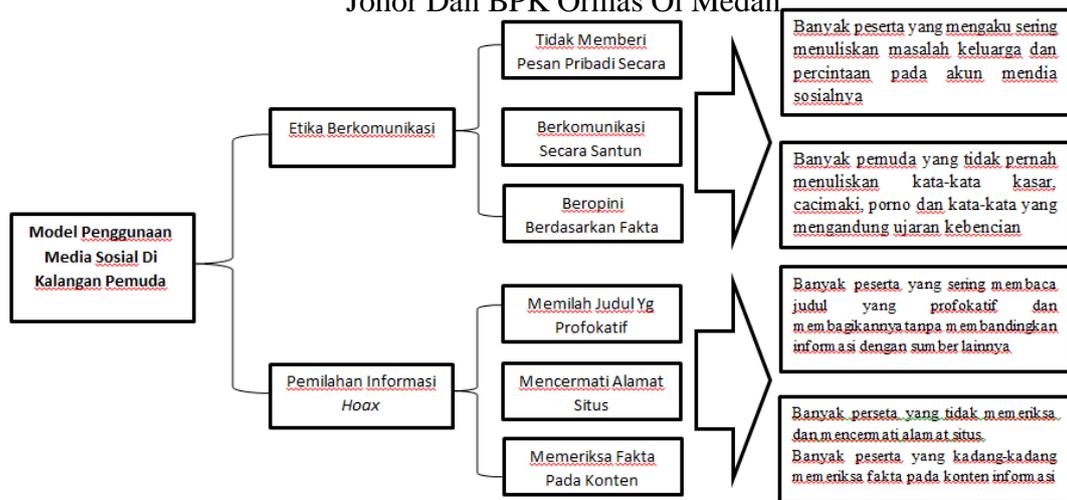
Pada aspek kedua yaitu kemampuan dalam memilah informasi yang bersifat hoax, tampak banyaknya pemuda yang sering

membaca informasi yang berjudul profokatif dan membagikannya pada akun media sosial mereka. Selain itu, banyak sampel dari dua kelompok pemuda ini juga mengaku tidak

pernah mencermati alamat situs yang mempublis informasi yang berjudul profokatif itu dan kebanyakan dari sampel juga tidak pernah memeriksa fakta pada konten informasi.

Gambar 2

Model Penggunaan Media Sosial di Kalangan Pemuda Karang Taruna Medan Johor Dan BPK Ormas Oi Medan



Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa model penggunaan media sosial di kalangan pemuda Karang Taruna Medan Johor dan BPK Ormas Oi Medan terbagi atas dua aspek yaitu; aspek etika komunikasi dan aspek pemilahan informasi yang bersifat hoax. Pada aspek etika komunikasi terlihat banyak pemuda yang memberikan informasi secara berlebihan dengan menuliskan masalah keluarga dan percintaan

pada akun media sosial mereka. Namun begitupun, di sisi lainnya, banyak juga pemuda yang tidak pernah menuliskan kata-kata cacimaki, kasar, kata-kata porno dan kata-kata yang mengandung ujaran kebencian pada akun media sosial mereka.

Pada aspek pemilahan informasi yang bersifat hoax, banyak pemuda yang mengaku sering membaca judul yang bersifat profokatif dan membagikannya tanpa membandingkan informasi yang ada

dengan sumber lainnya. Selain itu, banyak juga pemuda yang tidak memeriksa alamat situs dan fakta pada konten informasi yang cenderung profokatif tersebut.

Daftar Pustaka

Sumber Buku:

Nugroho, Yanuar dan Sofie Shinta Syarief. 2012. Melampaui Aktivisme Klik? Media Baru dan Proses Politik dalam Indonesia Kontemporer. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sumber Jurnal Online :

Malau, Ruth Mei Ulina. Khalayak Media Baru. THE MESSENGER, Vol II No. 2 (Januari 2011): 51-56. 20 Oktober 2016.
<http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/viewFile/183/153>

Situmorang, James R. Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya.

Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 8 No 1 (2012): 73:87. 20 Oktober 2016

<http://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/viewFile/418/402>

Artikel Online :

Suyanto, Eko Harry. Media Baru, Kebebasan Informasi dan Demokrasi di Kalangan

Generasi Muda.
<http://journal.tarumanagara.ac.id/index.php/kidFik/article/view/1246>.

Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016.

Media Onlien

<https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di-indonesia>

Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016.

<http://tekno.liputan6.com/read/2435997/3-fakta-mengejutkan-pengguna-internet-di-indonesia>

Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016.

http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=424&iddoc=1321&data-data_page=4

Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016.