JURNAL SIMBOLIKA
Research and Learning in Communication Study

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>

DOI: [10.31289/simbolika.v7i2.5013](https://doi.org/10.31289/simbolika.v7i2.5013)

**Fenomena Sensasi di Media Sosial dan Dampaknya
terhadap Perilaku Remaja**
***Sensation Phenomenon in Social Media and Its Impact on
Adolescent Behavior***

Nurhanifah¹⁾*

1)Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: 15 April 2021; Disetujui: 2 Oktober 2021; Dipublish: 31 Oktober 2021

*Corresponding Email: nurhanifah123@gmail.com

Abstrak

Fenomena sensasi memberikan kepuasan tersendiri kepada pengguna karena mendapatkan respon dari *viewers* dalam memberikan rasa candu bagi pengguna media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena sensasi di media sosial dan dampaknya terhadap perilaku remaja. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka. Hasil yang peneliti peroleh bahwa penggunaan media sosial oleh remaja dapat mempengaruhi perilaku remaja dengan rincian waktu penggunaan media sosial berkisar antara 3 sampai dengan 10 jam termasuk didalamnya melakukan berbagai sensasi di media seperti mengupload foto dan memasukkan konten video. Kesimpulan peneliti peroleh bahwa penggunaan media sosial oleh remaja dapat mempengaruhi perilaku remaja. Penggunaan media sosial tidak hanya sekedar berbagi informasi namun sekarang sudah merambah kepada mengumbar sensasi. Sisi lain memberikan kepuasan tersendiri kepada pengguna karena mendapatkan respon dari *viewers* sehingga sangat rentan terhadap fenomena sensasi adalah usia antara 18-21 tahun.

Kata Kunci: Sensasi; Media Sosial; Perilaku; Remaja.

Abstract

The sensation phenomenon gives its own satisfaction to users because it gets a response from viewers in providing an addiction for social media users. The purpose of this study was to determine the phenomenon of sensation in social media and its impact on adolescent behavior. The research method used in this research is library research, which is a series of activities related to library data collection methods. The results obtained by the researchers that the use of social media by adolescents can affect adolescent behavior with details of the time of using social media ranging from 3 to 10 hours including doing various sensations in the media such as uploading photos and inserting video content. The conclusion of the researcher is that the use of social media by adolescents can affect adolescent behavior. The use of social media is not just sharing information, but now it has penetrated to indulge in sensations. On the other hand, it gives satisfaction to users because they get a response from viewers so they are very vulnerable to the sensation phenomenon, which is between the ages of 18-21 years.

Keywords: Sensations, Social Media, Behavior, Youth.

How to Cite: Nurhanifah. (2021). Fenomena Sensasi di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal Simbolika*. 7 (2): 116-124

PENDAHULUAN

Masyarakat masa kini berhadapan dengan era 4.0 yang banyak menimbulkan berbagai permasalahan dalam perjalanan kehidupan, sehingga menuntut proses pemecahan masalah yang cenderung kompleks dan tidak jarang membutuhkan banyak pertimbangan. Seseorang terkadang dituntut untuk menentukan pilihan-pilihan yang mengandung risiko bagi dirinya. Permasalahan pengambilan risiko menjadi hal penting pada masa remaja dan masa dewasa awal. Kesalahan dalam proses pengambilan risiko akan membawa dampak yang sangat berarti dalam tahap kehidupan selanjutnya.

Era digitalisasi menambah keruh munculnya permasalahan di kalangan remaja. Banyak terjadi perubahan perilaku dan gaya hidup agar eksistensi dirinya dapat dilihat oleh orang lain. Permasalahannya, tidak jarang dalam penentuan pilihan atas jati dirinya mengandung berbagai risiko.

Mengingat era globalisasi seperti saat ini, perubahan sangat cepat terjadi. Salah satu hal yang menonjol adalah masalah kemajuan teknologi informasi yang membawa dampak khususnya pada remaja. Fenomena demikian tentu saja menuntut kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan cepat dan terus-menerus tanpa henti (Azis, 1988). Menurut

Kamus Besar Bahasa Indonesia fenomena adalah hal-hal yang dapat disaksikan dengan panca indra dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah.

Individu yang kurang memiliki kemampuan beradaptasi dapat dipastikan akan ketinggalan zaman, yang akhirnya akan tidak mampu bersaing dalam segala bidang sehingga mendorong para remaja untuk menunjukkan eksistensinya dengan cara sensasi baik melalui media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari. Sensasi merupakan sebuah sifat yang ditandai oleh kebutuhan berbagai macam sensasi dan pengalaman yang baru, luar biasa, kompleks, serta kesediaan untuk mengambil risiko baik fisik, sosial, hukum, maupun finansial untuk memperoleh pengalaman tersebut.

Tujuan melakukan sensasi tidak lain adalah untuk mencari popularitas dan kepuasan batin, agar mendapatkan pujian dan *prestige*. Konten yang sensasional berpotensi mendapat perhatian yang lebih besar dibandingkan konten yang biasa-biasa saja. Pengguna media sosial tidak segan untuk berkreasi melahirkan konten-konten sensasional. Media sosial merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari individu. Hampir semua orang di seluruh dunia menggunakan media sosial untuk tujuan berkomunikasi maupun hiburan. Media sosial telah

berkembang pesat selama dekade terakhir namun, masih belum jelas apakah media sosial membuat orang lebih sehat secara emosional atau kurang (Jiang & Ngien, 2020).

Mengacu pada dari uraian di atas, tujuan artikel ini adalah mengkaji bagaimana fenomena sensasi di media sosial dan memberikan pengaruh terhadap perilaku remaja. Fenomena sering merujuk pada peristiwa yang luar biasa. Istilah ini paling sering digunakan untuk merujuk pada kejadian yang pada awalnya bertentangan dengan penjelasan atau membingungkan pengamat (Azis, 1988).

Sensasi berasal dari kata "*sense*", artinya alat penginderaan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya (Desiderato *et al.* 1976). Alat-alat indera mengubah informasi menjadi implus-impuls saraf dengan "bahasa" yang dipahami oleh otak maka terjadilah proses sensasi (Desiderato *et al.* 1976). Menurut bunyamin B. Wolman (1973) dalam Desiderato (1976) sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indera.

Remaja adalah masa peralihan diri dan perkembangan psikologis anak

menuju dewasa (Indainanto, 2020). Remaja umumnya terjadi berbagai macam perubahan baik secara fisik, biologis, mental dan emosional serta psikososial. Perubahan yang terjadi pada masa remaja dapat mempengaruhi kehidupan pribadi, lingkungan keluarga maupun masyarakat (Irma, 2018).

Remaja merupakan bagian dari warga masyarakat yang paling rentan dalam menghadapi godaan dan tekanan dari lingkungan sosialnya (Masril & Mazdalifah, 2018). Ketidaksiapan remaja dalam menghadapi godaan menimbulkan berbagai perilaku menyimpang seperti yang belakangan ini makin mencemaskan, seperti kenakalan remaja, penyalahgunaan obat terlarang, ancaman seks bebas, terlibat dalam geng, penyakit menular seksual (PMS) dan HIV/AIDS, kehamilan yang tidak dikehendaki, aborsi dan lain sebagainya (Indainanto, 2020).

Penggunaan media komunikasi berkembang begitu pesat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, dimana kita memiliki banyak pilihan untuk dapat menyampaikan/mengakses informasi baik melalui media konvensional seperti media cetak maupun media elektronik dan yang paling berkembang adalah media sosial (Masril & Lubis, 2020).

Media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Penggunaan media sosial yang paling sering digunakan orang adalah jejaring sosial, karena situs ini memungkinkan orang untuk membuat web page pribadi, yang dapat terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi (Mazdalifah & Lubis, 2019). Penggunaan *Facebook* dan *Twitter* yang paling banyak digunakan oleh orang karena lebih praktis, ekonomis, dan murah penggunaannya termasuk oleh remaja cukup dengan memiliki *smartphone* maka kita sudah dapat mengakses informasi kapan dan dimana saja melalui media sosial, dan yang paling menarik karena kita dapat menyampaikan informasi terkait dengan kegiatan-kegiatan kita, baik yang sifatnya pribadi maupun kelompok (Masril & Lubis, 2020).

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka.

Menurut Moelong (2008) penelitian kepustakaan (*library research*) ialah

penelitian yang menggunakan cara untuk mendapatkan data informasi dengan menempatkan fasilitas yang ada di perpustakaan seperti buku, majalah, dokumen, catatan data sekunder, data statistik atau penelitian kepustakaan murni yang terkait dengan obyek penelitian. Langkah selanjutnya dilakukan analisis deskriptif (Alberto & Troutman, 2009). Metode analisis deskriptif memberikan gambaran dan keterangan yang secara jelas, objektif, sistematis, analitis, dan kritis mengenai fenomena sensasi di media sosial dan dampaknya terhadap perilaku remaja.

Langkah awal yang ditempuh dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, melakukan klasifikasi, deskripsi kemudian dianalisis dan mengambil kesimpulan (Miles & Huberman, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial terus memiliki dampak yang luar biasa terhadap cara orang berperilaku *online*; bagaimana mereka mencari, bermain, berkomunikasi, membentuk komunitas, membangun dan memelihara hubungan; dan bagaimana mereka membuat, menandai, memodifikasi dan berbagi konten di sejumlah situs dan perangkat (Kietzmann *et al.*, 2012). Seiring perkembangan zaman

media sosial sering disalahgunakan untuk hal-hal yang esensinya tidak bermutu. Orang-orang berlomba-lomba menggunakan media sosial untuk mencari sensasi lalu mendapatkan popularitas di masyarakat luas. Fenomena sensasional di media sosial saat ini sudah merajalela dan mudah kita temui (Glucksman, 2017).

Kebanyakan remaja saat ini memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi, inspirasi dan pencitraan diri serta keluh kesah yang selalu di posting dalam media sosial (Jiang & Ngien, 2020). Hal itu membuktikan bahwa media sosial dapat menarik perhatian orang banyak. Setiap hari remaja bisa menghabiskan waktunya sibuk untuk menggunakan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Whatsapp, Line, Telegram, Youtube*, dan sebagainya.

Media sosial adalah fenomena yang relatif baru. Selama dekade terakhir. Melihat perkembangan teknologi yang digerakkan oleh pengguna seperti blog, sosial jaringan dan platform berbagi media. Penggunaan media sosial oleh remaja dapat mempengaruhi perilaku remaja.

Penggunaan media sosial tidak hanya sekedar berbagi informasi namun sekarang sudah merambah kepada mengumbar sensasi. Fenomena sensasi

memberikan kepuasan tersendiri kepada pengguna karena mendapatkan respon dari *viewers*, oleh karena memberikan rasa candu bagi pengguna. Bentuk komunikasi yang lebih baru ini memiliki banyak bermanfaat bagi remaja dan memainkan peran penting dalam kehidupan sosial mereka.

Sisi lain banyak manfaat dari teknologi, ada juga beberapa potensi risiko yang dapat merugikan kesehatan mental dan kesejahteraan remaja (Reid & Weigle, 2014). Salah satu studi yang ditemukan di Mumbai, meneliti tentang hubungan antara kecanduan media sosial, harga diri, mencari sensasi dan kebosanan di kalangan mahasiswa di Mumbai dengan besar sampel 105 dengan keduanya pria dan wanita. Rata-rata jam penggunaan media sosial adalah 4,66 (SD=3,62). Media sosial yang berarti Skor kecanduan yang ditemukan adalah 74,80 (SD=15,75). Rata-rata skor kebosanan adalah 21,266 (SD= 6,50), sedangkan skala skor pencarian sensasi adalah 21,266 (SD = 5,20) dan skor harga diri rata-rata adalah 28,90 (SD = 5,11). Tinjauan deskriptif rinci dari empat variabel tersebut telah diberikan pada Tabel 1.

Tabel. 1 Penggunaan Media Sosial Oleh Remaja

	Jumlah (N)	Rata-Rata (Mean)	Std. Deviasi
Kecanduan Sosial Media	105	74,80	15,75
Kebosanan	105	21,26	6,50
Pencari Sensasi	105	28,02	5,20
Harga diri	105	28,90	5,11

Sumber: Pawar & Shah, 2019

Tabel 1 menjelaskan bahwa rata-rata remaja kecanduan sosial media sosial (74,80), kemudian diikuti dengan harga diri (28,90), dan mencari sensasi (28,02) artinya bahwa remaja sangat rentan kecanduan menggunakan media sosial.

Populasi penelitian ditemukan rata-rata penggunaan media sosial berkisar antara 3 sampai 10 jam termasuk didalamnya mereka melakukan berbagai sensasi di media seperti mengupload foto dan memasukkan konten video. Seseorang dengan jam penggunaan media sosial yang lebih tinggi menunjukkan harga diri yang lebih rendah. Hasil serupa dengan studi tentang hubungan yang signifikan antara kecanduan media sosial dan kebosanan dan harga diri menunjukkan bahwa banyak remaja menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial atau menjadi kecanduan media sosial (Pawar & Shah, 2019).

Temuan lain menunjukkan bahwa harga diri merupakan faktor penting dalam menampilkan perilaku seseorang dalam konteks hubungan persahabatan.

Ada dampak negatif dari penggunaan situs jejaring sosial, seperti menurunkan harga diri, yang dimediasi oleh rasa takut kehilangan atau takut ketinggalan (Salim *et al.*, 2017).

Remaja memiliki karakteristik sosio-emosional, yaitu perubahan pada emosi, perubahan emosional, serta relasi interpersonal membuat remaja membutuhkan sesuatu yang dapat memberikan sensasi yang menumbuhkan kesenangan dengan mencari pengalaman-pengalaman baru.

Seorang remaja dihadapkan pada tantangan akan menemukan identitas siapa mereka, bagaimana mereka nantinya, dan kemana mereka menuju dalam kehidupannya (menuju tahap dewasa). Terjadinya berbagai perubahan dan pencarian identitas tersebut, menjadikan masa remaja menjadi puncak meningkatnya pengambilan resiko demi mencari pengalaman-pengalaman baru yang menyenangkan serta memberikan sensasi yang akan terus dilakukan yang dimunculkan dengan tingginya penggunaan media sosial hingga menimbulkan kecanduan media sosial (Sholeh, 2020).

Situasi mencari pengalaman-pengalaman baru dan mencari sensasi yang menyenangkan dalam hal ini disebut *sensation*.

Media sosial adalah media bebas nilai yang memfasilitasi komunikasi antara orang-orang, namun belum tentu dapat mempromosikan atau menurunkan perilaku baik atau buruk dalam suatu interaksi (Jiang & Ngien, 2020). Remaja menggunakan media untuk mengeksplorasi dan berbagi aspek perkembangan identitas mereka dan dapat membuat mereka berisiko yang terlihat dalam keseharian hidup mereka. Perbedaan perlu dibuat di antara keduanya seperti perilaku remaja melakukan sensasi yang dapat mengambil resiko seperti bisa mengandung pornografi, asusila, pelanggaran HAM, SARA pelecehan dan lain-lain. Remaja perlu berhati-hati dalam melakukan sensasi di media sosial karena dapat berujung kepada permasalahan hukum.

Perilaku mencari sensasi melalui media sosial baik *online* maupun *offline* memiliki kerentanan permasalahan, walaupun remaja berfikir bahwa sensasi merupakan tantangan dan salah satu cara untuk menunjukkan eksistensi dan popularitas. Remaja dituntut untuk dapat mengetahui risikonya, ilegalitas atas perilaku mereka (Koutamanis, 2015).

Media sosial mendorong keterasingan dan orang-orang muda yang cemas secara sosial, sehingga sensasi

merupakan solusi alternatifnya agar terlihat eksis. Remaja laki-laki umumnya menampilkan perilaku yang lebih berisiko dalam kehidupan sehari-hari dibandingkan remaja perempuan. Mereka tampaknya terlibat dalam lebih banyak risiko *online* dari pada remaja perempuan seperti contoh melalui berbagi informasi pribadi secara *online* terlibat dalam perilaku berisiko *online* seksual. Perilaku seperti itu pada gilirannya dapat meningkatkan kemungkinan menerima umpan balik negatif.

Sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Purwoko dan Sukanto (2018) dalam Indainanto (2020). menunjukkan bahwa kelompok usia remaja yang melakukan sensasi yaitu dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut berikut:

Tabel 2. Kelompok Usia Pengguna Media sosial

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	18 Tahun	11	11%
2.	19 Tahun	30	30%
3.	20 Tahun	39	39%
4.	21 Tahun	20	20%
	Total	100	100%

Sumber: Purwoko dan Sukanto, 2018

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa remaja yang sangat rentan terhadap fenomena sensasi adalah usia antara 18-21 tahun, pada usia-usia seperti ini perlu pembimbingan baik melalui pendidikan sekolah ataupun keluarga sehingga

perilaku sensasi tidak melekat dan jatuh pada perilaku kecanduan media sosial. Masa remaja ditandai dengan sensasi yang meningkat.

Kecenderungan remaja lebih tinggi untuk mencari sensasi dan lebih cenderung terlibat dalam berbagai jenis perilaku berisiko seperti sembrono mengemudi, perilaku seksual, penggunaan narkoba, dan perilaku kriminal ringan. Sejalan dengan kecenderungan remaja untuk mencari sensasi meluas ke *online*. Remaja yang mencari sensasi tinggi menghabiskan lebih banyak waktu untuk *online* (Koutamanis *et al.*, 2015).

Remaja dengan kecenderungan lebih tinggi untuk mencari sensasi telah terbukti mengambil lebih banyak risiko dalam perilaku *online*, akibatnya, hal ini dapat meningkatkan risiko menerima reaksi negatif dari teman sebaya. Remaja yang mencari sensasi memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk terlibat dalam eksplorasi sosial dan presentasi diri *online* yang berisiko.

SIMPULAN

Penggunaan media sosial oleh remaja dapat mempengaruhi perilaku remaja. Di samping itu, dari penggunaan media sosial tidak hanya sekedar berbagi informasi namun sekarang sudah merambah kepada mengumbar sensasi. Sisi lain memberikan

kepuasan tersendiri kepada pengguna karena mendapatkan respon dari *viewers* sehingga sangat rentan terhadap fenomena sensasi adalah usia antara 18-21 tahun.

Kecenderungan remaja lebih tinggi untuk mencari sensasi dalam berbagai jenis perilaku berisiko, seperti sembrono mengemudi, perilaku seksual, penggunaan narkoba dan perilaku kriminal ringan. Penggunaan media sosial berkisar antara 3 sampai 10 jam termasuk didalamnya melakukan berbagai sensasi di media seperti mengupload foto dan memasukkan konten video.

DAFTAR PUSTAKA

- Alberto, P.A & Troutman, A.C. 2009. Aplikasi Analisis Behavioral Untuk Guru, Ohio: Colombus
- Azis S.R. Abdul. Memahami Fenomena Sosial melalui Studi Kasus; kumpulan Materi Pelatihan Metode Penelitian Kualitatif. Surabaya: BMPTS Wilayah VII. 1988.
- Desiderato, O, D.B. Howieson, J.H, Jackson. (1976). Investigating Behavior: Principles Psychology. New York: Harper and Row Publishers
- Glucksman, M. (2017). The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding : A Case Study of Lucie Fink I . Introduction II . Literature Review. Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, 8(2), 77-87.
- Indainanto, Y. (2020). Hegemoni Ideologi Konsumtif Sebagai Gaya Hidup Remaja. JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study, 6(1), 65-75
- Irma, S. (2018). Perilaku Bullying Di Kalangan Gamers Online (Studi Fenomenologi Pada Remaja SMP Perguruan Taman Siswa, Medan). Jurnal Simbolika: Research and Learning in Comunication Study. 4 (2): 86-94.
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. Social Media and Society, 6(2).

<https://doi.org/10.1177/2056305120912488>

Kamus Besar Bahasa Indonesia

- Kietzmann, J. H., Silvestre, B. S., McCarthy, I. P., & Pitt, L. F. (2012). Unpacking the social media phenomenon: Towards a research agenda. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 109–119. <https://doi.org/10.1002/pa.1412>
- Koutamanis, M., Vossen, H. G. M., & Valkenburg, P. M. (2015). Adolescents' comments in social media: Why do adolescents receive negative feedback and who is most at risk? *Computers in Human Behavior*, 53, 486-494. doi: 10.1016/j.chb.2015.07.016
- Masril, M. & Mazdalifah (2018). Pola Komunikasi Remaja di Era Digital. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 4 (2): 188-199
- Masril, M., & Lubis, F. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial dan Penyebaran Hoax Di Kota Medan. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(1), 11-22.
- Mazdalifah. Sitepu, Y.S. & Lubis, F.W (2019). Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal Di Tanjung Pura Kabupaten Langkat Sumatera Utara. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Comunication Study*, 5 (2): 88-94
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. (2005). *Qualitative Data Analysis* (terjemahan). Jakarta : UI Press.
- Pawar, T& Shah, J. (2019). The Relationship Between Social Media Addiction, SelfEsteem, Sensation Seeking and Boredom among College students. *Indian Journal of Mental Health*, 6(4), 1-7.
- Reid, D., & Weigle, P. (2014). Social media use among adolescents: Benefits and risks. *Adolescent Psychiatry*, 4(2), 73–80.
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2017). Are Self-Presentation Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear Of Missing Out? *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 21(2), 70. <https://doi.org/10.7454/mssh.v21i2.3502>
- Sholeh. (2020). Hubungan Antara Sensation Seeking Dengan Kecenderungan Nomophobia Pada Remaja Di Kota Surabaya. Skripsi. Prodi Psikologi Fakultas Psikologi Dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya