



EDUTECH

Journal of Educational Technology

Journal homepage <https://ejournal.upi.edu/index.php/edutech>

EduTech
EduTech
JURNAL TEKNOLOGI PENDIDIKAN

Literasi Digital Dalam Produksi Pesan Remaja Pada Instagram

Hana Silvana

Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Bandung, Indonesia

hanasilva@upi.edu

ABSTRACT

The phenomenon of using social media, especially Instagram, has increased, especially among teenagers. This raises concerns about preventing negative impacts, especially regarding posts uploaded by teenagers. This research aims to examine adolescent digital literacy about message production, which is part of digital literacy competency. Teenagers use Instagram more than any other platform, making it a valuable research subject. This study employs a case study methodology and a qualitative approach with adolescent informants, ages 15 to 24. Fifteen research participants served as informants. The study's conclusions show that teens' degree of digital literacy has an impact on the messages they post on Instagram. Teens filter and choose only the information they require when consuming it. Teens in this instance believe that an Instagram account can truly capture the essence of its owner's personality. Because of this, teenage Instagram users exercise caution when uploading anything on their accounts. Teenagers consider words and diction carefully before deciding on content for their Instagram accounts. They also account for the unwritten digital ethics that are present in social media. They worry about whether their content is suitable for others to view or for their followers to view when they post photos and videos. Teens therefore seldom ever upload content to their accounts. This is to ensure that any message sent using their account will portray a positive and happy image.

ABSTRAK

Fenomena penggunaan media sosial khususnya instagram mengalami peningkatan terutama pada kalangan remaja. Hal ini menimbulkan kekhawatiran dalam menangkal dampak negatif terutama berkaitan dengan postingan yang diunggah oleh remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji literasi digital remaja berkaitan dengan produksi pesan yang merupakan bagian dari kompetensi literasi digital. Media instagram yang menjadi media yang banyak digunakan oleh remaja menjadi obyek penelitian yang

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 04 Nov 2022

First Revised 16 Dec 2022

Accepted 07 Feb 2023

First Available online 09 Feb 2023

Publication Date 01 Mar 2023

Keyword:

digital literacy, Teenagers, message production instagram, literasi digital; remaja; produksi pesan; instagram

menarik untuk dikaji. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi kasus dengan informan remaja berusia 15 -24 tahun. Adapun jumlah informan sebanyak 15 orang yang mewakili penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa literasi digital mempunyai peran terhadap produksi pesan yang diproduksi oleh remaja pada instagram. Remaja menerima informasi dengan menyaring dan memilih informasi yang mereka perlukan saja. Dalam hal ini menurut remaja akun instagram dinilai mampu merepresentasikan bagaimana karakter si empunya akun secara langsung. Oleh sebab itulah, para remaja pengguna instagram berhati-hati dalam memproduksi pesan apapun dalam akunnya. Remaja dalam memproduksi pesan pada Instagram melewati proses berpikir terlebih dahulu serta melakukan pemilihan diksi atau kata-kata sebagai tahapan dalam proses memproduksi pesan pada akunnya. Mereka pun memperhatikan etika digital yang terdapat pada media sosial yang menjadi aturan yang tidak tertulis. Mereka mempunyai kekhawatiran juga ketika mengunggah informasi berupa foto dan video apakah unggahan ini layak atau tidak jika dikonsumsi oleh orang lain atau followernya. Sehingga remaja cenderung jarang melakukan unggahan pada akun mereka. Hal ini bertujuan agar pesan apapun yang disampaikan melalui akun mereka tersebut akan membentuk sebuah citra yang baik dan positif.

© 2024 Teknologi Pendidikan UPI

1. PENDAHULUAN

Fenomena penggunaan media sosial meningkat seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi. Media sosial *instagram* yang digunakan oleh remaja semakin meningkat pula penggunaannya. Fitur yang tersedia pada akun *instagram* yaitu berupa foto, video dan *caption*, membuat remaja tertarik untuk menggunakan fitur tersebut. Para pengguna melalui media sosial dapat memproduksi pesan dan juga saling bertukar konten seperti dalam konsep *user-generated content* di media sosial (Murthy, 2012). Remaja membuat dirinya menjadi *trend center* atau ditiru tingkah lakunya oleh netizen yang menjadi *follower* nya dengan berbagai cara seperti mengunggah kegiatan sehari-hari sehingga pada akhirnya mereka mendapat keuntungan untuk mendapatkan tawaran dari pemilik usaha berbasis *instagram* untuk menjadi model yang memberikan testimoni terhadap produknya (*endorser*) yang memberikan nilai finansial untuk mereka. Perilaku ini didorong oleh keinginan untuk eksis maupun pemenuhan kebutuhan secara ekonomi. Kegiatan ini adalah upaya yang dilakukan untuk menunjukkan eksistensi diri remaja pengguna *instagram* dengan melakukan kegiatan yang dapat menunjukkan bahwa mereka adalah orang yang mampu dan berada.

Penelitian yang dilakukan pada remaja usia 14 - 25 tahun oleh Grizzle dan Tornero (2015) dengan judul *Media and Information Literacy Against Online Hate, Radical, and Extremist Content*. Penelitian yang dilakukan pada 614 remaja laki-laki dan perempuan menunjukkan dalam *online hate, radical and extremist content*. Ini menyoroti sikap dan praktik pengetahuan mereka yang dilaporkan. Penelitian ini adalah bagian terbesar dari studi terhadap respon masyarakat terhadap media dan kompetensi literasi informasi yang melibatkan lebih dari 2000 remaja laki-laki dan perempuan mulai tahun 2015. Hasil dari penelitian menunjukkan 61 % bahwa mereka sudah terpapar konten radikal dan ekstrimis online secara tidak sengaja 14% memberikan respon negatif. Sejumlah 565 orang mengatakan bahwa mereka mengabaikan konten saat bertemu dengan mereka. 56% responden menemukan kebencian di facebook, 14% di youtube dan diikuti oleh twitter 8%. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi untuk membuat desain strategi pedagogi bagi dalam membuat dan memproduksi dalam MIL untuk *counter* kebencian, radikalisme dan ekstrimis dalam konten online.

Pengembangan konsep Literasi digital yang dikembangkan oleh Japelidi (2019) yang merupakan pengembangan dari (Potter dan Lin) terdapat komponen-komponen literasi digital terdiri dari kemampuan mengakses, memahami, menyeleksi, menganalisis, menverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi dan berkolaborasi.

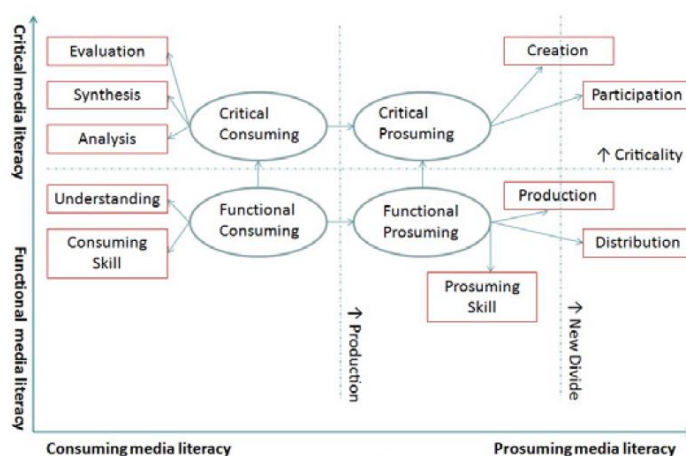


Figure 2. A refined framework of new media literacy

Bagan 1.1.

10 Komponen Literasi Digital Diadopsi dari (Lin, 2013)

Literasi digital menurut Japelidi terdapat Sepuluh komponen literasi digital yang disusun berdasarkan pemikiran Chen dan Lin yang dikombinasikan dengan konsep literasi media berdasarkan pendekatan kognitif James Potter. Penelitian terkait dengan komponen-komponen Literasi digital yang mencakup *consuming functional*, *consuming critical*, *prosuming functional* dan *prosuming critical* ini pernah dilakukan di Jawa Barat pada tahun 2019. Literasi digital di Jawa Barat termasuk kategori sedang dengan jumlah 49 %. Sedangkan *Heavy user* dari pengguna internet adalah pelajar dan mahasiswa sebesar 59 %. Kompetensi seleksi, memahami, distribusi, produksi, verifikasi, evaluasi termasuk dalam kategori tinggi. Kompetensi kolaborasi merupakan kompetensi dengan nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan kompetensi lainnya. Pada penelitian ini belum ditemukan penyebab dari kompetensi kolaborasi yang rendah, karena belum dilakukan penelitiannya.

Penggunaan media sosial di kalangan remaja mempunyai dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan emosi remaja. Pemenuhan kebutuhan akan informasi dan eksistensi diri menjadi hal yang utama. Penerimaan yang diperoleh akan menunjukkan eksistensi diri menjadi kepuasan tersendiri bagi remaja. Kebutuhan dasar manusia adalah dengan berinteraksi sosial. Penggunaan media tertentu dapat memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan pengakuan terhadap eksistensi diri dan kebutuhan rekreasi merupakan salah satu kebutuhan yang perlu untuk dipenuhi. Selain memperoleh pemenuhan kebutuhan, penggunaan media juga memberikan dampak terhadap ketergantungan terhadap media tersebut. Dampak lain yang ditimbulkan juga dapat menimbulkan perubahan dalam kebiasaan individu. Misalnya dengan adanya media sosial akan mengubah pada pola tidur, pola belajar, pola komunikasi dan kebiasaan-kebiasaan lainnya yang terkait dengan kehidupan manusia.

Manusia sebagai makhluk sosial pada dasarnya adalah makhluk yang memerlukan komunikasi dengan sesama manusia yang lainnya. Dalam melakukan komunikasi antar manusia tidak hanya dilakukan secara langsung tetapi juga menggunakan media. Saat ini penggunaan media komunikasi yang sedang meningkat pesat penggunaannya adalah media sosial. Media sosial seperti youtube, twitter, instagram menjadi primadona, dan dijadikan media sosial yang utama dalam berkomunikasi terutama bagi remaja. Pada saat pandemi pemanfaatan media sosial inipun mengalami peningkatan yang sangat tinggi. Penerapan pembatasan sosial atau *social distancing* diterapkan pada saat pandemi ini oleh pemerintah. Peningkatan dalam penggunaan media sosial ini juga dipengaruhi juga oleh pengalihan proses belajar mengajar menjadi online. Media sosial seperti whatApps, instagram dan youtube menjadi alternatif dalam pembelajaran. Penggunaan media sosial instagram menjadi lebih menarik karena adanya fitur-fitur baru untuk digunakan. Pengguna instagram lebih dominan digunakan oleh remaja karena fitur-fitur yang disediakan seperti *reel* dan siaran langsung. Dalam mengakses informasi yang terdapat pada instagram tentunya perlu kompetensi, etika dalam bermedia sosial dan bijak dalam memanfaatkan media sosial tersebut. Remaja sebagai pengguna yang paling banyak dan dominan pada instagram dituntut untuk mempunyai kompetensi literasi digital sehingga tidak mudah terpengaruh oleh isi informasi yang ada pada instagram. Literasi digital remaja menjadi sangat menarik untuk diteliti dan melihat sejauh mana remaja dapat menyaring informasi, berpartisipasi dan berkolaborasi di instagram tanpa melanggar rambu-rambu yang ada dalam berinteraksi di media sosial. Pesan yang diproduksi oleh remaja mempunyai kekhasan tersendiri, baik dari segi bahasa yang digunakan, *caption*, foto dan video yang dibagikan pada akun instagramnya. Foto yang digunakan pun tidak

terlepas dari gaya remaja, mereka berusaha agar foto yang diunggah tersebut bernilai *instagramable*. Foto-foto yang diunggah pada akun *instagram* sering dibuat sedemikian rupa sehingga lebih bagus dan menarik. Sehingga mendapat *like* yang banyak dan mendapat komentar positif atau pujian dari *follower* akun tersebut. Aplikasi video seperti tiktok yang sekarang sedang *trend* dibuat untuk kepentingan unggahan di *instagram*. Pada perkembangannya fitur-fitur saat ini yang terdapat pada *instagram* dapat mengunggah, *reel*, *story* dan juga siaran langsung. Video yang diunggah bisa berasal dari aplikasi tiktok pula.

Menurut hasil survei yang dilakukan di Jawa Barat yang dilakukan jaringan literasi digital (2018) pelajar dan remaja masuk kedalam kategori *heavy user* dalam penggunaan internet dengan jumlah 53% dari keseluruhan kriteria pekerjaan dari responden yang diteliti. Sementara itu, rentang usia 17 - 20 tahun mendominasi kategori cukup tinggi pada tingkat literasi digital dengan tingkat persentase 33%. Hal yang cukup menggembirakan dari hasil yang dicapai tersebut. Kompetensi literasi digital yang terdapat pada Literasi Digital Japelidi ini terdapat 10 kompetensi yang disurvei diantaranya menyeleksi, memahami, memverifikasi, menganalisis, memproduksi, mendistribusi, berpartisipasi dan berkolaborasi. Kolaborasi berada pada tingkat yang terendah dibanding dengan kompetensi yang lain. Sekaitan dengan konten *instagram* yang sekarang menjadi primadona remaja sebagai sarana rekreasi dan hiburan, aspek analisis menjadi hal yang patut diperhatikan pula. Konten yang disajikan dengan menarik perlu dikritisi pula sebagai sebuah informasi yang akan diserap dan bahkan dijadikan contoh bagi remaja.

Remaja merupakan kelompok *digital native*, kelompok ini menjadi sasaran utama dalam sosialisasi literasi digital. Beberapa hal yang menjadi alasan mengapa remaja tersebut menjadi sasaran dalam literasi digital karena (1) dianggap paling rentan (2) diharapkan menjadi agen perubahan untuk mengatasi berbagai problem masyarakat digital (Konferensi Jaringan penggiat literasi digital, September 2017) Pemerintah Indonesia sejak tahun 2022 mulai gencar melakukan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan literasi digital. Siberkreasi didirikan oleh Keminfo mengeluarkan jurus etika digital mana yang perlu dilakukan dan mana yang perlu dihindari. Menurutnya hal yang perlu dilakukan dalam penerapan etika digital adalah : (1) Interaksi; (2) partisipasi; (3) kolaborasi; (4) control diri. Sedangkan hal yang perlu dihindari dalam berinteraksi dalam media sosial diantaranya adalah : 1) menyebar hoaks; 2) ujaran kebencian; 3) pornografi; 4) Perundungan; 5) konten negatif. Dalam menggunakan media sosial, etika mempunyai peranan penting dalam berinteraksi dengan sesama pengguna media digital.

Pesan yang diproduksi oleh remaja mempunyai kekhasan tersendiri, baik dari segi bahasa yang digunakan, *caption*, foto dan video yang dibagikan pada akun *instagram*nya.. Foto yang digunakan pun tidak terlepas dari gaya remaja, mereka berusaha agar foto yang diunggah tersebut bernilai *instagramable*. Foto-foto yang diunggah pada akun *instagram* sering dibuat sedemikian rupa sehingga lebih bagus dan menarik. Sehingga mendapat *like* yang banyak dan mendapat komentar positif atau pujian dari *follower* akun tersebut. Aplikasi video seperti tiktok yang sekarang sedang *trend* dibuat untuk kepentingan unggahan di *instagram*. Pada perkembangannya fitur-fitur saat ini yang terdapat pada *instagram* dapat mengunggah, *reel*, *story* dan juga siaran langsung. Video yang diunggah bisa berasal dari aplikasi tiktok pula. Media sosial pada saat ini digunakan oleh berbagai kalangan usia, mulai dari balita, anak-anak, remaja, dewasa sampai manula. Internet menjadi barang yang paling dicari, baik terkait dengan jaringannya maupun akses untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. Media daring yang digunakan dalam mengakses informasi berupa media sosial selain memberikan

informasi juga berfungsi sebagai hiburan dan rekreasi. Hal ini menjadi sebuah kebutuhan yang primer seperti makan dan minum, terutama di kalangan usia muda atau remaja. (Silvana, H., & Darmawan, C., 2017).

2. METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Partisipan dalam penelitian ini adalah remaja pengguna internet, pemilihan partisipan ini dikarenakan memiliki relevansi dengan penelitian peneliti. Peneliti juga memandang bahwa remaja yang dijadikan partisipan adalah pengguna aktif internet pada media sosial terutama instagram. Pada Penelitian ini subyek penelitiannya adalah remaja, dengan rentang usia 15 – 24 tahun. Menurut Santock (2011) usia 13 – 24 adalah kategori remaja. Adapun remaja yang menjadi subyek penelitian adalah remaja di seluruh Indonesia berdasarkan Badan Pusat Statistika (BPS). Populasi adalah obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Riduwan, 2018). Populasi penelitian merupakan seluruh dari obyek penelitian dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan lain-lainnya. Populasi dalam penelitian ini yaitu remaja pengguna aktif instagram dan mem-follow akun media sosial Instagram Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistika tahun 2021, bahwa remaja di Indonesia sejumlah 44.777,6 orang direntang usia 15 tahun sampai 24 tahun. Sedangkan usia yang dipilih pada penelitian ini adalah usia yang dipilih berdasarkan kategori remaja awal dan remaja akhir.

Tabel 1. Daftar Jumlah Remaja Indonesia tahun 2021

| Kelompok Umur | Laki-Laki | Perempuan | Jumlah |
|----------------------|------------------|------------------|-----------------|
| 15 – 19 tahun | 11.445,2 | 10.755,1 | 22.200,3 |
| 20 – 24 Tahun | 11.588,1 | 10.989,2 | 22.577,3 |
| | | TOTAL | 44.777,6 |

Sumber: Badan Pusat Statistik 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah remaja di Indonesia yang dijadikan sampel terdapat 44.777,6 yang termasuk kategori remaja awal dan remaja akhir. Menurut (Riduwan, 2018) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri dan kriteria tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel untuk mewakilinya. Peneliti juga membutuhkan sampel sebagai pertimbangan untuk proses pengambilan data karena dengan sampel yang merupakan sebagian dari populasi sebagai sumber data dapat mewakili seluruh populasi.

Teknik pengambilan sampel terdiri dari dua kelompok teknik sampling yaitu, *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik dengan memberikan kesempatan yang sama terhadap seluruh populasi agar dapat dijadikan anggota dalam sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* ialah teknik sampling yang tidak memberikan peluang terhadap tiap anggota populasi untuk

dijadikan sampel. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang tergolong dari teknik *nonprobability sampling*. *Purposive sampling* ialah teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti memiliki kriteria tertentu dalam penentuan sampel (Riduwan, 2018). Berdasarkan pemaparan sebelumnya, peneliti memiliki kriteria sebagai berikut untuk dijadikan sampel dalam penelitian:

1. Aktif menggunakan internet minimal 7 jam sehari
2. Merupakan pengguna aktif instagram
3. Berusia 15 – 24 tahun

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data informasi dari penelitian yang diperoleh dari remaja yang menjadi informan yang termasuk kedalam kategori usia 15 - 24 tahun. Informan yang dipilih berdasarkan *purposive sampling* atau sesuai dengan tujuan penelitian. yaitu remaja berusia 15 - 24 tahun yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Informan yang ditentukan berdasarkan perwakilan wilayah yang dijadikan lokasi penelitian yaitu wilayah Jawa Barat.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu (Moleong, 2013). Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*). Sugiyono (2013) menyatakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai segala sesuatu yang ada dalam subyek penelitian. Maksud dari mengadakan wawancara sebagaimana ditegaskan oleh Moleong (2014) antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain lain. Instrumen wawancara ini selanjutnya divalidasi oleh ahli. Validasi instrumen pedoman wawancara diarahkan pada kejelasan butir pertanyaan dan kesesuaian pertanyaan dengan informasi yang ingin diperoleh dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan literasi digital remaja. Untuk data kualitatif peneliti melakukan analisis terhadap data yang dilakukan secara terus menerus sampai tuntas. Analisis yang dilakukan meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta penarikan kesimpulan dan melakukan verifikasi (*conclusion drawing verification*). Hasil data kualitatif dianalisis untuk disusun menjadi sesuai instrumen yang akan digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Informan yang dijadikan narasumber pada penelitian ini sebanyak 15 orang berdasarkan kriteria yang sudah di tentukan. Adapun informan pada penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Daftar Nama Informan

| NO. | INISIAL | JENIS KELAMIN | USIA |
|-----|---------|------------------|----------|
| 1. | AR | P | 21 tahun |
| 2. | FA | P | 21 tahun |
| 3. | ML | L | 20 tahun |
| 4. | SC | P | 18 tahun |

| | | | |
|-----|----|---|----------|
| 5. | AW | L | 21 tahun |
| 6. | IS | P | 16 tahun |
| 7. | IR | P | 16 tahun |
| 8. | AL | P | 17 tahun |
| 9. | SK | P | 21 tahun |
| 10. | DM | P | 18 tahun |
| 11. | AN | L | 18 tahun |
| 12. | SP | L | 18 tahun |
| 13. | AK | P | 21 tahun |
| 14. | MA | L | 17 tahun |
| 15. | CF | L | 21 Tahun |

Adapun lokasi Penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan lokasi di Jawa Barat sebagai representasi yang digunakan dalam penelitian literasi digital remaja ini. Karena kondisi pandemi pengambilan data dilakukan pada para narasumber dengan wawancara langsung juga menggunakan media komunikasi seperti zoom, video call whatApps, video call instagram.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Literasi digital remaja pada praktiknya di media sosial instagram mempunyai berbagai temuan yang menarik untuk dikaji. Penggunaan media sosial di kalangan remaja mempunyai dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan emosi remaja. Pemenuhan kebutuhan akan informasi dan eksistensi diri menjadi hal yang utama bagi remaja. Penerimaan yang diperoleh akan penunjukkan eksistensi diri menjadi kepuasan tersendiri bagi remaja. Kebutuhan dasar manusia adalah dengan berinteraksi sosial. Penggunaan media tertentu dapat memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan pengakuan terhadap eksistensi diri dan kebutuhan rekreasi merupakan salah satu kebutuhan yang perlu untuk dipenuhi. Selain memperoleh pemenuhan kebutuhan, penggunaan media juga memberikan dampak terhadap ketergantungan terhadap media tersebut. Dampak lain yang ditimbulkan juga dapat menimbulkan perubahan dalam kebiasaan individu. Misalnya dengan adanya media sosial akan berubah pada pola tidur, pola belajar, pola komunikasi dan kebiasaan-kebiasaan lainnya yang terkait dengan kehidupan manusia.

Pada penelitian ini diperoleh bahwa remaja yang menjadi informan merupakan *digital native* sesuai dengan tahun kelahirannya yang berada pada rentang tahun 2000-an. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Nurahmawati (2015) dengan judul *Digital Native*:

The findings are analyzed using Prensky's theory on the 'Digital Natives' and the implications of using technology to support teaching and learning in higher education. The reported data indicate that a range of emerging technologies were used intensively by the students. Furthermore, the majority of the respondents also claimed that they used the tools and technology to support their study. However, it

is inconclusive as to how the student integrates the tools and technology into their study.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa *digital native* yang berada pada rentang usia remaja 15 – 24 tahun yang dilahirkan pada tahun 2000-an menunjukkan bahwa mereka sudah mempunyai kemampuan dalam mengoperasikan media digital tanpa harus diajarkan lagi. Sehingga pada proses belajar mengajar pun mereka terbiasa menggunakan teknologi tersebut. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan pada remaja ini menunjukkan bahwa remaja pengguna instagram sudah mempunyai kompetensi yang dikemukakan oleh Japelidi yang dimulai dari mengakses sampai melakukan kolaborasi dengan sesama pengguna. Remaja mempunyai kompetensi yang mumpuni dalam melakukan pencarian informasi yang mereka butuhkan di instagram. Secara tidak langsung mereka sudah memiliki kemampuan literasi digital yang terdiri dari kemampuan memahami, melakukan memverifikasi, mengevaluasi dan memproduksi dan juga melakukan kolaborasi serta berpartisipasi dalam media digital. Kemampuan-kemampuan tersebut dipunyai karena sejak mereka lahir, sudah mengenal dengan media digital, sehingga memiliki adaptasi yang relatif cepat dalam menggunakan media komunikasi berbasis internet. Seperti yang dikemukakan oleh informan bahwa interaksi yang dilakukan pada instagram yang mereka *follow* ataupun akun yang sering muncul pada beranda instagram, mereka melakukan penyaringan dengan memilih informasi yang mereka perlukan saja. Seperti yang dikemukakan oleh informan MS, bahwa jika ada informasi yang bukan merupakan atensi mereka cenderung untuk melewatkan dan mengabaikannya. Begitupun kaitannya dengan ujaran kebencian mereka mengabaikan berita tersebut dengan mengabaikan informasi tersebut, karena bukan merupakan atensi mereka, menurut tanggapan SP yang berasal dari Sumedang. Demikian pula yang dikemukakan oleh AL, menyatakan bahwa pemilihan informasi dilakukan sesuai dengan minat dan ketertarikan akan informasi. Menurut AL yang hobi membaca, ia hanya akan membaca informasi yang berkaitan dengan literasi buku.

Hal yang menarik yang diperoleh dari hasil penelitian ini remaja mengaku jarang melakukan postingan atau unggahan aktivitas mereka pada Instagram. Menurut IS, dia mengaku jarang mengunggah foto ataupun video melalui postingan tapi lebih banyak di *story*. Karena menurutnya jika dia mengunggah di *story* waktu tayangnya hanya 24 jam, sedangkan jika pada postingan tersimpan lebih lama. IS mengaku jika melakukan postingan video atau gambar perlu waktu untuk melakukan editing dan membuat *caption* yang menarik dan baik. Demikian halnya yang disampaikan oleh SC bahwa Dia sangat jarang melakukan postingan di Instagram. Dengan alasan yang sama bahwa ada khawatiran postingan gambar dan videonya kurang menarik untuk dinikmati oleh followernya. Sehingga dia memilih untuk menjadi pengguna Instagram yang pasif.

Kemampuan literasi digital yang dikemukakan Japelidi dalam Kurnia dan Astuti (2019) merupakan literasi digital yang dikaji pada penelitian ini. Pada pembahasan ini akan mengkaji penerimaan pesan (*Message reception*) remaja dalam penggunaan instagram oleh remaja. Teori tentang penerimaan pesan yang dicetuskan oleh Barbara O'Keefe. Hasil dari wawancara dengan informan pada penelitian pada Logika ekspresif bahwa remaja mempunyai kecenderungan untuk mengekspresikan apa yang mereka pahami dan yakini dengan berbagai cara, misalnya informan FA, mengaku jika memperoleh unggahan yang tidak sesuai dengan pendapatnya cenderung melakukan *skip* terhadap informasi yang diterima. Sedangkan DM mengaku lebih membaca dulu secara keseluruhan unggahan Instagram yang dibaca dan tidak melakukan komen terhadap unggahan tersebut. Lain halnya lagi yang dilakukan oleh SA asal Sumedang,

setelah mendapat unggahan yang menurutnya tidak benar, Dia memberikan komen untuk meluruskan akan informasi yang diterima, dikemas dengan sedemikian rupa, tentunya dengan tetap memperhatikan etika digital.

Logika Ekspresif merefleksikan pandangan bahwa komunikasi adalah keterusterangan proses pengkodean pikiran dan perasaan. Logika pesan ekspresif bersifat literal dan langsung. Logika ekspresif memperlakukan komunikasi sebagai suatu model ekspresi diri, sifat pesannya terbuka dan reaktif secara alami, sedikit memperhatikan keinginan orang lain. Logika ekspresif misalnya biasa ditemukan pada saat kita sedang marah.

Logika desain konvensional merefleksikan pandangan bahwa interaksi adalah permainan kooperatif yang dimainkan berdasarkan aturan, kesepakatan, dan prosedur-prosedur tertentu. Pada penelitian ini informan ML mahasiswa tingkat akhir ini mengaku melakukan reaksi terhadap unggahan yang dibagikan di akun instagram dengan melakukan komen dengan halus. Salah satu hal yang dilakukan dengan bertanya kembali kepada pemilik akun tersebut melalui komentar di instagram tersebut, maksud dari unggahan tersebut. Sehingga pemilik akun tersebut dapat memahami maksud dari pertanyaan yang diajukan dengan menjelaskan Kembali maksud dari unggahan tersebut. Lain hal yang dilakukan oleh AR mahasiswa Bandung yang mengatakan bahwa ketika menerima unggahan di instagram jika tidak sesuai dengan keyakinan dan pemahamannya, Dia cenderung untuk meminta penjelasan kembali dengan kata yang sopan. Tujuan-tujuan yang bertentangan dalam situasi tertentu kadang dibagi dalam logika konvensional namun secara khusus melalui tambahan-tambahan dalam interaksi atau melewati bentuk-bentuk jebakan kesopanan seperti "tolong" atau "silahkan". Logika konvensional memandang komunikasi sebagai permainan yang dilakukan secara teratur. Komunikasi dilakukan sebagai proses ekspresi berdasarkan aturan dan norma yang diterima bersama, maka komunikasi berlangsung sopan dan tertib.

Logika desain retorik merefleksikan pandangan bahwa komunikasi mengabdikan pada struktur dan membentuk realitas. Dengan demikian, pelaku interaksi retorik menggunakan komunikasi untuk menetapkan situasi dalam cara yang akan memfasilitasi pertemuan beragam instrumen dan tujuan yang dihadapi. Logika retorik memandang komunikasi sebagai suatu cara mengubah aturan melalui negosiasi. Pesan dirancang cenderung fleksibel penuh wawasan dan berpusat pada orang (Ardianto dan Q-Anees,2007)

Fokus dari teori ini adalah proses *decoding*, interpretasi, serta pemahaman inti dari konsep analisis *reception*. Dalam teori ini mengatakan bahwa makna yang dimaksudkan dan diartikan dalam sebuah pesan seringkali terdapat perbedaan. Kode yang digunakan atau sandi (*encode*) dan yang di sandi balik (*decode*) tidak selamanya berbentuk simetris. Derajat simetris dalam teori ini dimaksudkan sebagai derajat pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan dalam proses komunikasi tergantung pada relasi ekuivalen (simetri atau tidak) yang terbentuk diantara *encoder* dan *decoder*. Selain itu posisi *encoder* dan *decoder*, jika dipersonifikasikan menjadi pembuat pesan dan penerima pesan.

Dalam teori ini Stuart Hall (1993) mengatakan bahwa makna yang dimaksudkan dan diartikan dalam sebuah pesan biasanya terdapat perbedaan. Kode yang digunakan atau sandi (*encode*) dan yang di sandi balik (*decode*) tidak selamanya berbentuk simetris. Derajat simetris dalam teori ini dimaksudkan sebagai derajat pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan dalam proses komunikasi-tergantung pada relasi ekuivalen (simetri atau tidak) yang terbentuk diantara *encoder* dan *decoder*. Selain itu posisi *encoder* dan *decoder*, jika dipersonifikasikan menjadi pembuat pesan dan penerima pesan.

Studi resepsi meliputi 4 aspek yaitu persepsi, pemikiran, preferensi dan interpretasi. Persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Pemikiran adalah perbuatan individu dalam menimbang-nimbang, menguraikan, menghubungkan-hubungkan sampai akhirnya mengambil keputusan. Preferensi yaitu semua ungkapan emosi individu yang menyertai pemikiran persepsi dalam menerima pesan. Interpretasi merupakan sebuah istilah untuk menjelaskan bagaimana individu memahami suatu pengalaman. Kerangka *Reception* teori ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana remaja dalam penggunaan *instagram* memaknai pesan yang dikomunikasikan dan melakukan ketiga proses tersebut.

Remaja pengguna *instagram* memproduksi pesan di akunnya melalui fitur yang disediakan seperti postingan, cerita, reel dan siaran langsung. Melalui *update status*, para pengguna *instagram* memproduksi pesan yang menyuarakan apa yang sedang mereka rasakan atau alami dengan bertujuan untuk memberitahukan hal tersebut kepada orang lain. Faktor emosional dan perasaan pun turut mempengaruhi pesan-pesan yang mereka produksi melalui *update status* tersebut. Sebelum memproduksi sebuah pesan, para pengguna *instagram* melalui sebuah tahapan-tahapan sebelum akhirnya pesan tersebut tersampaikan kepada khalayak luas. Tahapan-tahapan yang dilalui oleh para pengguna *Instagram* tersebut adalah proses berfikir, pemilihan diksi atau kata-kata serta upaya untuk mengantisipasi dampak yang mungkin akan ditimbulkan dari pesan-pesan yang mereka sampaikan tersebut terhadap khalayak luas yang menerima pesan tersebut. Proses berfikir tersebut dilandasi oleh pemahaman dan kompetensi yang dimiliki. Seperti proses berpikir ketika akan mengunggah status pada akunnya. Makin tinggi kompetensi yang dimiliki makin tinggi pula tingkat saringan yang dilakukan dalam membagikan informasi yang akan diunggah.

Berdasarkan jenis dari *instagram* yang lebih mengutamakan gambar yang menarik dan video yang enak untuk ditonton, pengguna *Instagram* lebih mengutamakan kualitas gambar yang diunggah dan video yang diunggah pada *Instagram* mereka. Salah satunya dengan mengunggah gambar yang berkuallitas bagus, baik dari posisi pengambilan gambar dan juga filter yang digunakan. Saat ini banyak pilihan fitur yang bisa digunakan. Mereka berharap, dengan melakukan penataan melalui *Instagram* pada follower dapat menilai citra diri mereka sebagai individu yang baik. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para informan sebagai seorang pengguna *Instagram* melalui beberapa proses dalam memproduksi sebuah pesan di akunnya. Sebagai sebuah situs jejaring sosial yang diakses oleh banyak orang membuat para pengguna *instagram* sadar bahwa pesan apapun yang mereka produksi di akun *Instagram* mereka akan membentuk sebuah penilaian terhadap pribadi mereka sendiri. Akun *Instagram* dinilai mampu merepresentasikan bagaimana karakter si empunya akun secara langsung. Oleh sebab itulah, para pengguna *intagram* saat ini mulai berhati-hati dalam memproduksi pesan apapun dalam akunnya. Para pengguna *instagram* melalui sebuah proses berpikir terlebih dahulu serta melakukan pemilihan diksi atau kata-kata sebagai tahapan dalam proses memproduksi pesan di akunnya. Hal ini bertujuan agar pesan apapun yang disampaikan melalui akun mereka tersebut akan membentuk sebuah citra yang baik dan positif. Dengan memproduksi pesan-pesan yang bersifat positif, para pengguna berharap dapat menyajikan diri mereka dengan baik dihadapan para followernya.

Perilaku manusia dibentuk dengan proses interaksi dengan diri sendiri, maka kegiatan itu berlainan sama sekali dengan kegiatan makhluk-makhluk lain. Manusia menghadapkan dirinya pada berbagai hal, seperti tujuan, perasaan, kebutuhan, perbuatan, dan harapan serta bantuan orang lain, citra dirinya (*self image*), cita-citanya,

dan sebagainya. Jadi perilaku bukan merupakan reaksi biologis, melainkan hasil konstruksi, dan manusia sendirilah yang menjadi konstruktor perilaku tersebut. Orang selalu berusaha meraih tujuannya dengan berinteraksi dengan orang lain. Pengalaman orang tersebut dibentuk oleh makna-makna yang dikonstruksi dengan penggunaan simbol-simbol ketika berinteraksi (Littlejohn, 1999: 156).

Penggunaan media sosial yang dilakukan terus menerus tentunya akan memberikan dampak bagi penggunanya. Dalam penggunaan media sosial Instagram tentunya akan memiliki dampak pula. Baik dari segi pengelolaan waktu remaja ataupun pesan yang diterimanya. Dampak tersebut dapat berupa dampak positif ataupun negatif. Hal yang menjadi kekhawatiran adalah dampak negatif yang ditimbulkannya. Remaja sebagai manusia yang sedang dalam proses pencarian diri tentunya harus berhati-hati dalam memilih dan memilih informasi yang diakses melalui Instagram. Berkait dengan pencarian informasi yang sesuai kebutuhan perlu dilakukan filter yang berasal dari pemahaman, dalam menyeleksi informasi yang diperoleh.

4. SIMPULAN

Pada penelitian ini ditemukan bahwa *digital native* yang berada pada rentang usia remaja 15 – 24 tahun yang dilahirkan pada tahun 2000-an menunjukkan bahwa mereka sudah mempunyai kemampuan dalam mengoperasikan media digital tanpa harus diajarkan lagi. Berdasarkan jenis dari instagram yang lebih mengutamakan gambar yang menarik dan video yang enak untuk ditonton, pengguna Instagram lebih mengutamakan kualitas gambar yang diunggah dan video yang diupload pada Instagram mereka. Salah satunya dengan mengunggah gambar yang berkualitas bagus, baik dari posisi pengambilan gambar dan juga filter yang digunakan. Saat ini banyak pilihan fitur yang bisa digunakan. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa para informan sebagai seorang pengguna Instagram melalui beberapa proses dalam memproduksi sebuah pesan di akunnya. Sebagai sebuah situs jejaring sosial yang diakses oleh banyak orang membuat para pengguna instagram sadar bahwa pesan apapun yang mereka produksi di akun Instagram mereka akan membentuk sebuah penilaian terhadap pribadi mereka sendiri. Remaja sebagai manusia yang sedang dalam proses pencarian jati diri tentunya harus berhati-hati dalam memilih dan memilih informasi yang diakses melalui Instagram. Akun Instagram dinilai mampu merepresentasikan bagaimana karakter si empunya akun secara langsung. Oleh sebab itulah, para pengguna intagram saat ini mulai berhati-hati dalam memproduksi pesan apapun dalam akunnya. Para pengguna instagram melalui sebuah proses berpikir terlebih dahulu serta melakukan pemilihan diksi atau kata-kata sebagai tahapan dalam proses memproduksi pesan di akunnya. Hal ini bertujuan agar pesan apapun yang disampaikan melalui akun mereka tersebut akan membentuk sebuah citra yang baik dan positif. Dengan memproduksi pesan-pesan yang bersifat positif, para pengguna berharap dapat menyajikan diri mereka dengan baik dihadapan para *follower*-nya.

5. PERNYATAAN PENULIS

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan terkait penerbitan artikel ini. Penulis menegaskan bahwa naskah artikel bebas dari plagiarisme.

6. REFERENSI

- Ardianto, & Elvinaro, Q-Anees. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Darmawan, C., & Silvana, H. (2017). Media Literacy: The Effect Of Communications Media On Young Age Divorce In Bandung City. *IBRAFF*.
- Grizzle, A., Tornero, J. M. P., & Manuel, J. (2016). Media and information literacy against online hate, radical, and extremist content. *Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism*, 179.
- Hall, S. (1993). Culture, community, nation. *Cultural Studies*, 7(3), 349–363.
- Kurnia, N., & Astuti, I. S. (2017). *No Title*. <https://theconversation.com/pemetaan-9-kota-menegaskan-indonesia-harus-bangkit-dari-gagap-digital-84064>
- Lin, T. Bin, Li, J. Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Educational Technology and Society*, 16(4), 160–170. <https://www.jstor.org/stable/pdf/jeductechsoci.16.4.160.pdf>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communications Theory*. Sage Publications, inc.
- Martin, A. (2006a). *Digital Literacy and Digital Society* dalam Lankshear. In C. & M. Knobel (Eds.), *Digital Literacies: concepts, policies and practices*. Die Deutsche Bibliothek.
- Moleong, L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Murthy, D. (2012). Towards a sociological understanding of social media: Theorizing Twitter. *Sociology*, 46(6), 1059–1073.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Rakhmawati, Nur, Kusuma, Agung (2015) Digital Native: A Study On The First-Year Student LiNGUA Vol. 10, No. 2, Desember 2015 • ISSN 1693-4725 • e-ISSN 2442-3823
- Riduwan. (2018). Pengantar Statistika Sosial. *Pengantar Statistika Sosial*.
- Santrock. (2011). *Perkembangan Anak*. Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.