



5.52%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 JUL 2024, 12:24 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.03%	5.48%	0.06%

Report #22128113

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Instagram merupakan salah satu dari berbagai platform media sosial yang sedang populer saat ini. Pengguna Instagram memiliki kemampuan membagikan grafis dalam bentuk gambar atau rekaman video serta berkomunikasi dengan pengguna lain. Dalam masifnya penggunaan Instagram lahirlah istilah-istilah seperti selebgram yaitu seseorang yang memiliki banyak pengikut pada akun Instagram nya dan dapat dimanfaatkan sebagai ladang bisnis seperti promosi brand atau bahkan hanya sebagai media hiburan dengan menyebarkan banyak konten pada akunnya. Salah satu selebgram yang dikenal pada platform Instagram adalah pemilik akun @siscakohl. Fransisca Fortunata atau yang biasa dikenal dengan Sisca Kohl merupakan influencer yang aktif membuat konten pada platform Instagram, TikTok bahkan Youtube. Sisca Kohl dikenal oleh followers nya sebagai Crazy Rich atau 'sultan' karena seringkali mempublikasikan video-video yang memamerkan harta kekayaannya, hal ini dapat disebut kedalam kategori flexing . Representasi sikap flexing dari Sisca Kohl sendiri merupakan gaya hidup yang menjadi acuan untuk mendapatkan sebuah kesenangan. Diluar itu sisi positif dari konten flexing yang disebarkan oleh akun Instagram @siscakohl adalah bisa menjadi motivasi diri untuk followers akun @siscakohl yang terpapar konten flexing . Namun, dampak negatif nya ialah dapat mengganggu kenyamanan psikologis individu yang terpapar konten flexing akun @siscakohl (Ramadhan,

REPORT #22128113

2024). Dari dua artikel tahun 2023 yang peneliti temui menyebutkan bahwa Sisca Kohl merupakan artis yang memiliki gelar 'sultan' dan kehidupannya yang tak lepas dari glamorisasi. Salah satunya satu konten video yang Sisca Kohl upload pada akun Instagram pribadinya menunjukkan bahwa ia sedang 'mandi' dengan banyak tumpukan uang. Sesuai dengan artikel tahun 2023 yang menyebutkan bahwa Sisca Kohl adalah artis yang seringkali melakukan flexing pada platform Instagram pribadinya @siscakohl. Peneliti sudah mencari dan menyaring beberapa konten yang masuk kedalam kategori flexing yaitu seseorang yang mempresentasikan apa yang dimilikinya yaitu materi yang dapat berupa barang-barang branded atau uang (Musman, 2020). 1 Gambar 1. 1 Konten Flexing yang Diunggah Oleh Akun Instagram @siscakohl Terdapat 29 konten pribadi milik akun Instagram @siscakohl yang mengandung unsur kategori flexing sepanjang tahun 2023.:Dari seluruh konten yang mengandung flexing pada akun Instagram @siscakohl ada beberapa konten yang paling populer. Konten mandi uang yang mencapai 13,7 juta penonton. Konten valentine yang menunjukkan gelang mewah mencapai 5,8 juta penonton dan konten mesin uang yang mencapai 5,4 juta penonton. Media sosial termasuk Instagram kini sudah menjadi wadah untuk seseorang melakukan flexing. Hal ini dikarenakan menjadi kaya raya dan bergelimang harta merupakan prioritas tujuan hidup dari generasi saat ini. Hal ini diperkuat dengan survey

yang menunjukkan bahwa sebanyak 88% Peserta yang berusia antara 18 hingga 25 tahun ingin menjalani hidupnya demi menjadi kaya raya (Business 2 Community, Generation Next Goals 2014). Remaja akhir menganggap bahwa status sosial merupakan hal yang utama untuk menjalani hidupnya. Media sosial termasuk Instagram merupakan bentuk realitas yang belum dipastikan kebenarannya, hal ini dapat berdampak pada bagaimana remaja akhir berpikir, bertindak hingga menjalani hidup untuk kedepannya. Menurut The Royal Society for Public Health pada tahun 2017, media sosial Instagram dianggap sebagai platform media sosial yang paling merugikan bagi kesehatan mental seseorang. Aplikasi media sosial Instagram sudah seringkali digunakan oleh seluruh khalayak masyarakat terutama remaja akhir yang berusia 18-21 Tahun. Aplikasi Instagram tersebut ternyata bisa menyebabkan Instagramxiety atau dampak buruk bagi psikologis seseorang yang ditimbulkan akibat rasa khawatir dan cemas saat melihat postingan-postingan orang lain pada aplikasi Instagram. Instagramxiety adalah Situasi nyata yang bisa menyebabkan seseorang merasa lelah, stres, sedih, iri, dan tidak menyukai diri sendiri ketika melihat unggahan orang lain di Instagram (New York Post , 2023). Terlalu sering untuk membandingkan diri sendiri dengan orang lain dapat meningkatkan kecemasan yang berlebihan. Jika dahulu Dulu kita hanya melihat kehidupan beberapa orang, tetapi dengan hadirnya Instagram, kita bisa melihat kehidupan ratusan

hingga ribuan pengguna (Cal Strobe, 2020). Bicara flexing, flexing sendiri didefinisikan sebagai perilaku yang memperlihatkan, menunjukkan dan mendemostrasikan harta kekayaan yang dilakukan oleh seseorang guna mendapatkan label sebagai seorang influencer (Merriam Webster, 2022). ^{3 29} Istilah flexing pertama kali diperkenalkan oleh Thorstein Veblen pada tahun 1899 dalam bukunya yang memiliki judul ¹ "The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions" ^{3 29}. Secara umum, flexing merujuk pada kebiasaan seseorang untuk memamerkan kepemilikannya di platform media sosial, yang kemudian dilakukan dengan tujuan untuk diperhatikan oleh orang lain (Arum Rifda, 2022). Banyak individu saat ini membangun citra diri atau personal branding dengan cara mengeksploitasi kekayaan yang mereka miliki sebagai upaya untuk menarik perhatian publik. Ini sudah menjadi sebuah fenomena yang umum di sekitar kalangan kita (Ketut Putu, 2022). ⁸ Flexing terjadi karena adanya perilaku naluri dalam 2 sebuah hubungan, yang seringkali dikaitkan dengan rasa kurang atau tidak aman yang dimiliki oleh seseorang, sehingga adanya akibat dorongan untuk menunjukkan atau memamerkan apa yang menurutnya lebih unggul dan superior dari orang lain (Simatupang, 2022). Praktik flexing ini bahkan mudah dijumpai pada media sosial, cukup banyak orang yang membuat konten dengan cara memamerkan kekayaan yang ada seperti mobil mewah dengan harga miliaran rupiah (Merriam Webster, 2022). Fenomena ini juga seringkali dianggap beberapa orang sebagai dinamika kebudayaan yang akan terus membentuk budaya baru. Perilaku flexing merupakan perilaku yang dianggap konsumtif, Baudrillard menyampaikan bahwa "penyakit sosial dan kemabukan" di masyarakat yang bersinggungan dengan hal hiburan, politik, komunikasi, komoditi, seksual dan tidak terkecuali pada hal yang konsumtif (Mahyuddin, 2019). Fenomena flexing juga sering bersinggungan dengan uang dimana uang dapat mengambil peran sosial dan merupakan alat ukur ekonomi bagi seseorang. Oleh karena itu, untuk mendapatkan apa yang ingin dicapai, kekayaan tersebut harus didukung dengan gaya hidup yang hedonis atau konsumtif. Pada era ini, menunjukkan

kekayaan yang dimiliki oleh seseorang melalui media sosial dan dengan cara menunjukkan gaya hidup konsumtif secara terang-terangan lama kelamaan menjadi hal yang wajar untuk dijadikan sebuah tontonan. Menunjukkan kekayaan, uang atau perilaku yang konsumtif memiliki asumsi bahwa seseorang tersebut dapat melangkah lebih maju (Bakti et al.,2020). Menurut Musman pada buku *The Power of IKIGAI : Dan Rahasia Hidup Bahagia ala Orang-orang di Dunia*, tolak ukur seseorang dianggap flexing dapat dimulai dengan perilaku seseorang tersebut yang mempresentasikan apa yang dimilikinya yaitu materi yang dapat berupa barang-barang branded atau uang. Pada akhirnya perilaku tersebut akan berubah menjadi sebuah obsesi yang akan dijalankan secara berulang-ulang oleh sang pelaku (Musman, 2020). Perubahan yang sangat signifikan dalam perilaku flexing atau pamer harta dalam masyarakat menunjukkan adanya konsumsi baru yang melebihi batas kegilaan dalam masyarakat modern saat ini. Keseharian hidup manusia kini telah dikuasai oleh keindahan hedonisme dan konsumtif, baik yang rasional maupun yang irasional. Fenomena ini telah menjadi bagian dari budaya baru dan dianggap lumrah dilakukan. Karakteristik psikologis remaja akhir memiliki kecenderungan untuk melakukan penyimpangan perilaku yang dapat mengganggu kesehatan mental. Di masyarakat, isu-isu remaja akhir salah satunya flexing banyak sekali terjadi. Survei Indonesia-National Adolescent yang dilakukan pada tahun 2022 menyebutkan bahwa satu dari tiga remaja akhir di Indonesia memiliki gangguan kesehatan mental yang diakibatkan oleh isu-isu yang berkembang di kalangan masyarakat. Akibat isu-isu tersebut, Salah satu permasalahan kesehatan mental yang sering dihadapi remaja adalah gangguan kecemasan. Dari perspektif psikologis, mayoritas motivasi yang mendorong individu untuk melakukan tindakan tersebut adalah keinginan mereka untuk menegaskan keberadaan mereka dalam sebuah lingkungan sosial. Hal ini ditunjukkan oleh pengamatan dari kalangan psikolog Indonesia yang sering mengunggah foto selfie di mobil mewah, memamerkan perjalanan dengan pesawat, memposting berbagai makanan mewah, dan momen-momen perilaku konsumtif

lainnya. Masyarakat tidak hanya mengonsumsi barang untuk kegunaan praktisnya, tetapi juga untuk menyampaikan pesan atau makna yang tersembunyi di dalamnya. Ini juga menjadi alat untuk mengekspresikan posisi atau status sosial seseorang dalam masyarakat (Health Indozone, 2023). Penelitian ini mengambil objek remaja akhir yang berada di kawasan sub urban. Sub urban diartikan sebagai daerah perkotaan yang lokasinya dekat dengan pusat kota. Masyarakat yang tinggal pada kawasan sub urban biasanya ditinggali oleh para penglaju atau pekerja yang setiap harinya melakukan mobilitas ke daerah kota. Di kawasan pinggiran kota, masa remaja dianggap sebagai fase penting dalam kehidupan seseorang yang memiliki kaitan erat dengan perkembangan masa dewasa. Kesehatan masa remaja dianggap memainkan peran kunci dalam membentuk kehidupan dewasa yang positif. Para psikolog telah mengenali beberapa aspek pertumbuhan remaja untuk melakukan hal ini. Pertama, remaja harus menerima keragaman dan kualitas tubuh mereka sendiri. Kedua, mereka harus menjadi mandiri secara emosional dari orang tua dan pengasuh lainnya. **15** Ketiga, sangat penting bagi mereka untuk belajar bagaimana berinteraksi dengan orang lain baik secara perorangan maupun dalam kelompok serta bagaimana membangun keterampilan komunikasi interpersonal. Keempat, remaja perlu menemukan model manusia yang menjadi identitas bagi mereka. Kelima, individu harus menerima siapa diri mereka dan percaya pada kemampuan mereka sendiri. Keenam, mereka harus membentengi disiplin diri mereka sesuai dengan hirarki moral, etika, atau filosofi hidup. Ketujuh, anak-anak harus dapat melepaskan perilaku dan sikap mereka yang belum dewasa dan menyesuaikan diri dengan apa yang diharapkan orang dewasa dari mereka. Remaja menunjukkan karakteristik mereka yang unik dan dipengaruhi oleh media. Mereka cenderung ingin tahu, mudah terpengaruh, dan mengambil informasi yang ada di media tanpa dipertimbangkan (The Habibie Center, 2010: 7). Mereka pada dasarnya idealis, memiliki pola pikir yang kritis, merasa nyaman untuk mencoba hal-hal baru, dan melek komputer. (Nureni, Pramiyanti, & Putri). Kemampuan untuk bertahan dan bahkan berkembang di

lingkungan yang menantang, berisiko, dan online dikenal sebagai ketahanan online. Hal ini juga dapat didefinisikan sebagai kapasitas individu untuk menyesuaikan diri dengan tepat terhadap berbagai faktor lingkungan yang mungkin berdampak pada mereka. Kemampuan ini nantinya akan melakukan penyaringan dan merespons hal-hal yang ditemui dan dilihat pada dunia digital (Dr, Wiwin Hendriani, 2018:72). Kemampuan untuk beradaptasi secara akurat dan bertahan dalam berbagai pengaturan lingkungan dengan berbagai potensi pengaruh adalah definisi lain dari ketahanan online. Dengan demikian, seseorang tersebut akan memiliki kemampuan untuk memilah konten dan menanggapi berbagai hal yang ada di media sosial. (Hendriani, 2019). Terdapat 7 dimensi yang nantinya dapat dijadikan pedoman yang akan mengacu pada sikap individu pada dunia online. Ketujuh dimensi tersebut adalah; 4 Regulasi Emosi, yang berarti bahwa individu perlu memiliki keahlian untuk tetap tenang dalam menghadapi situasi yang sulit pada dunia online. Ketika individu merasakan sulit mengontrol emosinya maka akan berpengaruh pada individu yang lain. Kedua, Pengendalian Impuls, kemampuan ini penting untuk dimiliki oleh individu guna mengontrol hal-hal yang timbul dari internal, jika tidak ditangani dengan baik maka individu dapat bersikap secara agresif. Optimisme merupakan dimensi ketiga dalam resiliensi online, karakteristik ini harus dimiliki oleh individu dalam dunia digital agar mereka percaya bahwa situasi-situasi yang berisiko dapat dirubah menjadi lebih baik kedepannya. Selanjutnya terdapat dimensi Casual Analysis yaitu individu perlu untuk mengidentifikasi dengan tepat apa penyebab dari masalah yang timbul akibat dampak yang berisiko pada dunia digital. Selanjutnya terdapat dimensi Empati yang diperlukan oleh individu agar dapat mendukung hubungan sosial pada dunia digital. Dimensi keenam dalam resiliensi online adalah Self Efficacy yaitu individu perlu percaya bahwa memecahkan suatu masalah pada dunia digital dapat mencapai sebuah kesuksesan. Oleh sebab itu, individu perlu untuk memiliki kemampuan mengatasi sebuah masalah. Dimensi terakhir dalam resiliensi online adalah reaching out,

yaitu individu harus cepat bangkit dalam sebuah keterpurukan yang timbul dari dampak dunia digital (Wiwin Hendriani, 2018: 75). Pada dunia online, resiliensi online penting dimiliki oleh individu untuk bertahan dan menghadapi sesuatu yang beresiko pada dunia digital. Dalam berbagai kajian, Ketahanan online dilihat atau dipahami sebagai kualitas fundamental yang menjadi dasar dari banyak sifat positif seseorang, kategori yang akan dilalui oleh remaja akhir usia 18-21 tahun adalah: Online. Melalui penggunaan internet, risiko berbagai postingan yang muncul di Instagram dapat memberikan dampak negatif terhadap persepsi remaja akhir usia 18-21 tahun. Penggunaan Instagram dan dan interaksinya tentu berhubungan dengan media baru yang mengacu pada perkembangan teknologi yang memungkinkan interaksi komunikasi yang lebih dinamis dan kompleks antara individu, baik secara satu arah maupun multi arah, melalui platform daring. Dampak dari media baru termasuk transformasi dalam proses komunikasi, memungkinkan interaksi yang lebih luas, instan, dan kompleks, serta mengatasi kendala ruang dan waktu dalam komunikasi antarmanusia (Jandy Luik, 2020: 8-9). Merujuk pada salah satu dari tiga penelitian terdahulu yang berjudul "Membentuk Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial di Kota Makassar Melalui Pendidikan dan Literasi Digital" yang memiliki fokus pada tingkat resiliensi pada dua platform media sosial, hal yang menjadi inovasi dalam penelitian ini adalah: Pertama, terkait dengan cakupan yang lebih mengerucut yaitu objek penelitian yang spesifik pada remaja akhir berusia 18-21 tahun. Kedua, mengkhususkan pada resiliensi remaja akhir terhadap konten flexing pada akun Instagram @siscakohl. Pada penelitian terdahulu kedua yang berjudul "Resiliensi Online Khalayak Dewasa Awal Pengguna Instagram di Kawasan Urban" memiliki beberapa perbedaan yaitu penelitian terdahulu hanya membahas resiliensi online pada khalayak dewasa awal tanpa fokus pada konten tertentu, sedangkan penelitian ini fokus pada resiliensi online remaja akhir pada konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. 4 Pada penelitian terdahulu yang berjudul "Resiliensi (Ketangguhan Diri) Online Siswa SMP

Ditinjau Dari Gaya Komunikasi Guru dan Regulasi Moral Siswa Pada Masa Pandemi Covid di Kota Yogyakarta” memiliki fokus pada hasil yang ditimbulkan oleh hubungan antara ketahanan online dan gaya komunikasi guru serta pengaruhnya terhadap siswa SMP. Sedangkan penelitian ini membahas mengenai dampak yang ditimbulkan dari konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Penelitian ini akan berkonsentrasi pada kelompok remaja dewasa yang mengakses Instagram dalam rentang usia 18 hingga 21 tahun. Masa remaja, menurut Mappiare, berkisar antara usia 12 hingga 21 tahun untuk wanita dan 13 hingga 22 tahun untuk pria. Rentang usia ini menggambarkan dua fase yang berbeda: masa remaja akhir, yang berlangsung dari sekitar usia 17 atau 18 hingga 21 atau 22 tahun., dan remaja awal, yang terjadi antara usia 12/13 dan 17/18 tahun. Berdasarkan pemisahan ini, "masa remaja akhir" merujuk pada periode usia 17/18 tahun hingga 21/22 tahun. Pada fase ini, remaja biasanya telah memasuki sekolah menengah atas, dianggap hampir dewasa oleh orang tua, dan berada di ambang memasuki dunia kerja orang dewasa. (Dewi , 2021). Penelitian ini mengambil pada media sosial Instagram dikarenakan tercatat dalam riset yang dijalankan oleh IDN Media Research Institute bahwa aplikasi media sosial Instagram menjadi aplikasi nomor 1 yang paling sering digunakan oleh remaja akhir usia 18-21 tahun. Penelitian ini memilih akun Instagram @siscakohl sebagai objek penelitian karena beberapa alasan yang mendasar. Pertama, akun tersebut memiliki jumlah pengikut yang signifikan dan aktif, sehingga memberikan representasi yang cukup kuat tentang praktik " flexing " di kalangan remaja. Kedua, konten yang diposting oleh akun tersebut memenuhi tolak ukur untuk dikatakan sebagai perilaku " flexing ", seperti menampilkan barang-barang mewah, kegiatan sosial yang glamor, dan penampilan yang serba berlebihan (Rifda, 2022). Ketiga, akun @siscakohl tersebut secara terbuka memperlihatkan aspek-aspek kehidupannya yang memungkinkan untuk analisis mendalam terkait motivasi dan dampak dari praktik " flexing " dalam konteks media sosial. Dengan demikian, pemilihan akun @siscakohl diharapkan dapat memberikan

wawasan yang berharga tentang fenomena " flexing " dan dampaknya terhadap kesehatan mental remaja. Penelitian ini menggunakan konstruktivisme sebagai paradigma dan menggunakan teknik kualitatif. untuk melihat pemahaman yang mendalam mengenai resiliensi online remaja akhir pada konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, peneliti juga dapat mencari tau terkait analisis dan gambaran mengenai fenomena yang diambil dari informan penelitian yang memiliki kriteria remaja akhir berusia 18-21 tahun, menggunakan Instagram dengan frekuensi 60-90 menit per harinya dan sudah mengikuti akun Instagram @siscakohl serta sudah melihat ketiga konten mengandung flexing yang sudah disebutkan sebelumnya. Terakhir, informan harus tinggal pada kawasan yang masuk kedalam kategori daerah sub urban. 6 Penelitian ini juga penting dilakukan karena memiliki tujuan untuk memahami tingkat resiliensi online remaja akhir dalam menghadapi dampak psikologis dari konten flexing di media sosial Instagram, khususnya pada akun @siscakohl. Penelitian ini relevan untuk menjelaskan bagaimana resiliensi online menjadi kunci pemahaman terhadap cara remaja mengatasi tekanan dan ekspektasi sosial dalam interaksi di platform tersebut, dengan harapan dapat memberikan kontribusi pengetahuan akademis dalam bidang resiliensi online. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan memberikan manfaat praktis dengan memberikan wawasan mengenai strategi yang efektif dalam mengembangkan resiliensi online, sekaligus merespons tren fenomena flexing di kelompok remaja. 1.2. Rumusan Masalah Berkaitan dengan konteks di atas, pertanyaan utama dalam penelitian ini adalah Bagaimana tingkat ketahanan online kelompok remaja akhir usia 18-21 tahun di kawasan sub urban yang menggunakan media sosial Instagram melihat konten flexing mandi uang, mesin uang dan gelang mewah valentine pada akun @siscakohl? 1.3. Tujuan Penelitian Dengan fokus pada pertanyaan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan hasil dari tingkat ketahanan online kelompok remaja akhir usia 18-21 tahun. pengguna Instagram melihat konten flexing yang ada

pada konten akun @siscakohl. 1.4. Manfaat Penelitian Setelah penelitian ini selesai, diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat. 44 Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dikategorikan dalam dua aspek: 1.4 1. Manfaat Akademis Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam literatur terkait ketahanan online di platform media sosial seperti Instagram. 1.4.2. Manfaat Praktis 7 Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai literasi digital terkait penggunaan media sosial sebagai bagian dari media digital di kelompok remaja akhir usia 18-21 tahun pada kawasan sub urban. 45 47 8 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Penelitian Terdahulu Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu No. Judul/Penulis /Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran Perbedaan Dengan Penelitian 1. Membentuk Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial di Kota Makassar melalui Pendidikan dan Literasi Digital/Sri Riski Wulandari, Irmawati Thahir/2022 Universitas Negeri Malang Penelitian ini menggunakan metode penelitian mix methods yaitu gabungan dari metode penelitian kuantitatif dan kualitatif Tingkat resiliensi khalayak Instagram dan Facebook di Kota Makassar umumnya tinggi, tetapi sekitar 33,6% pengguna Instagram dan 24,8% pengguna Facebook memiliki resiliensi rendah. Penting bagi pengguna media sosial untuk meningkatkan literasi, terutama dalam membedakan informasi. Pendidikan dan literasi digital menjadi kunci untuk membentuk resiliensi masyarakat dan melindungi dari dampak negatif media sosial. - Perbedaan utama antara penelitian terdahulu dan penelitian ini tersebut terletak pada fokus dan cakupan penelitiannya. Penelitian terdahulu memiliki cakupan yang lebih luas, melihat resiliensi pengguna media sosial secara umum di dua platform berbeda dan menekankan pentingnya literasi digital. Sementara itu, penelitian ini lebih fokus pada bagaimana remaja akhir berinteraksi dengan dan menanggapi konten flexing khusus di Instagram. 2. Resiliensi Online Khalayak Dewasa Awal Pengguna Instagram di Kawasan Urban/Nadia Salza Abelia/2023 Universitas Pembangunan Jaya Metode yang digunakan dalam penelitian ini

adalah metode penelitian deskriptif kualitatif Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam ilmu Komunikasi, khususnya pada resiliensi online pengguna Instagram dewasa awal. Sebelumnya, belum banyak literatur yang menggabungkan teori Uses and Effects dengan konsep resiliensi online. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi pada penelitian lain dengan temuan yang diperoleh dari lima informan dewasa awal pengguna Instagram di kota-kota besar. Pemilihan subjek penelitian didasarkan pada kriteria usia 18-25 tahun, tinggal di Penelitian ini menyaranakan pengembangan fokus ke resiliensi online di berbagai platform media dengan metode kuantitatif. Penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi peran Instagram dalam mempengaruhi resiliensi online dan melakukan replikasi dengan karakteristik informan yang berbeda, seperti Dewasa Sub Urban. Temuan praktis diharapkan Penelitian pertama memberikan kontribusi baru dalam ilmu Komunikasi dengan mengeksplorasi resiliensi online pengguna Instagram dewasa awal, sementara penelitian kedua, yang berfokus pada resiliensi online remaja akhir terhadap konten flexing di Instagram, menyoroti pentingnya memahami dampak konten tertentu terhadap resiliensi di kawasan urban, dan menggunakan Instagram aktif setiap hari selama minimal 60 menit/hari. memberikan wacana bagi praktisi dan perancang platform media sosial untuk meningkatkan pengalamanan positif pengguna dan mendukung pengembangan resiliensi online remaja akhir.

4 3. RESILIENSI

(KETANGGUHAN DIRI) ONLINE SISWA SMP DITINJAU DARI GAYA KOMUNIKASI GURU DAN REGULASI MORAL SISWA PADA MASA PANDEMI COVID DI KOTA YOGYAKARTA /Dra.

4 Pratiwi

Wahyu Widiarti, M.Si. | Lies Endarwati, SE. M.Si. | Gilang Jiwana Adikara, S.I.Kom., | Abidatu Lintang Pradipta | Ari Sukmawati/2020 Universitas Negeri Yogyakarta Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan kuesioner 1. Mayoritas siswa SMP Yogyakarta memiliki resiliensi online tinggi (55,6%). 2. Sebagian besar siswa menganggap gaya komunikasi guru baik (51,5%). 3. Responden siswa terhadap Perbedaan kesimpulan antara kedua penelitian

tersebut terletak pada fokusnya: penelitian pertama menunjukkan mayoritas siswa SMP di Yogyakarta memiliki tingkat resiliensi online yang tinggi, serta hubungan positif antara resiliensi online dan persepsi. Penelitian pertama menunjukkan mayoritas siswa SMP di Yogyakarta memiliki tingkat resiliensi online yang tinggi, serta hubungan positif antara resiliensi online dan persepsi terhadap gaya komunikasi guru, sedangkan penelitian kedua, yang berfokus pada resiliensi online remaja 11 regulasi moral umumnya tinggi (54,4%). 4. Terdapat keterkaitan positif antara resiliensi online dan gaya komunikasi guru, terutama siswa resiliensi tinggi dengan gaya komunikasi baik (36,7%). 5. Tidak ada hubungan antara ketahanan online dan aturan moral terhadap gaya komunikasi guru, sedangkan penelitian kedua, yang berfokus pada resiliensi online remaja akhir terhadap konten flexing di Instagram, tidak menyajikan kesimpulan spesifik dalam kutipan yang diberikan. akhir terhadap konten flexing di Instagram. Sumber: Olahan Peneliti 2.2. Teori dan Konsep Landasan teori perlu dicantumkan dan diluruskan agar dapat memberikan penelitian menjadi lebih kuat (Sugiyono, 2020). Landasan teori merupakan sebuah konsep yang dibuat dengan rapih dengan adanya variabel penelitian didalamnya. Hal tersebut membuat landasan teori merupakan acuan mengenai penelitian yang akan diteliti (Rada, 2020). 12 2.2.1. Media Baru Media baru merujuk pada format konten yang tersedia melalui berbagai bentuk komunikasi elektronik yang didukung oleh teknologi komputer. Istilah ini biasanya menggambarkan konten yang dapat diakses secara on-demand melalui Internet, dapat diakses dari berbagai perangkat, dan memungkinkan interaksi real-time serta berbagi konten secara online dan sosial dengan orang lain. 7 Format media baru umumnya melibatkan teknologi komputasi dan redistribusi melalui komputer. Contoh-contoh new media termasuk animasi komputer, permainan komputer, Situs web dan dunia maya. Media baru sering dibandingkan dengan media lama seperti televisi, radio, dan media cetak, meskipun perbedaan ini telah dipertanyakan oleh

para ahli dalam studi komunikasi dan media. Meski demikian, istilah media baru terus berkembang untuk merujuk pada media yang memanfaatkan teknologi digital seperti internet, berbeda dengan media tradisional yang terdiri dari media konvensional seperti radio, televisi, koran, dan majalah. Meskipun sama-sama merupakan media massa, media baru memiliki potensi audiens yang jauh lebih luas karena lebih banyak orang yang dapat mengaksesnya secara online. Akibatnya, media baru sangat terkait dengan materi digital yang dapat dibaca oleh mesin, seperti file MP3, dan terus berubah seiring dengan kemajuan teknologi. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, 2022). Media baru merujuk pada media online yang dikembangkan dengan menggunakan internet sebagai platformnya. (Romli, 2016). Terdapat beberapa karakteristik dari media baru dari perspektif penggunaannya, antara lain: 1. Interaktivitas, di mana penerima dan pengirim pesan dapat berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain tanpa perlu bertatap muka atau bertemu secara langsung. 2. Kehadiran sosial, di mana aktivitas media dapat menciptakan komunikasi pribadi dengan orang lain. 3. Media Richness, di mana pengguna media lebih mengandalkan individu dan banyak panca indera. 4. Otonomi, ketika individu menggunakan media dapat mengendalikan dirinya tanpa terkontrol. 5. Unsur bermain, fitur hiburan yang bisa menimbulkan perasaan senang dan bahagia kepada penggunaannya. 6. Privasi, sifat secara pribadi yang bisa dihubungkan langsung dengan suatu konten. 7. Personalisasi, konten yang dimana pengguna nya bisa memunculkan personal dan karakteristik yang unik.

2.2.2. Komunikasi Media Digital

13 Komunikasi merupakan metode untuk menyampaikan pesan kepada orang lain menggunakan berbagai media hingga tujuan yang diinginkan tercapai. 2 Aktivitas komunikasi terjadi ketika komunikator bermaksud menyampaikan pesannya kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Proses komunikasi dapat dilakukan secara langsung, dengan kemungkinan feedback langsung dari komunikan, atau secara tidak langsung, di mana feedback dari komunikan tidak selalu langsung terjadi, tergantung pada media yang digunakan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi

telah menyebabkan komunikasi tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga secara permanen melalui jarak dan waktu yang berbeda antara komunikator dan komunikan. Istilah **2** “komunikasi digital” **2** menggambarkan kegiatan membaca, menulis, berbagi video, dan berkomunikasi dengan orang lain melalui perangkat elektronik dan internet yang menghubungkan komunikator dan penerima pesan. Komunikasi Media Digital adalah bentuk komunikasi di mana pesan disampaikan dan diterima melalui cyberspace atau dunia maya, yang sangat populer saat ini dan bisa dijangkau kapan saja dan di mana saja. Internet, sebagai salah satu contoh komunikasi digital, menyediakan berbagai layanan seperti web, chatting, email, serta platform seperti Friendster, Facebook, Twitter, dan Instagram. **2** Berkat teknologi audio visual, komunikasi dan interaksi jarak jauh dapat dilakukan seperti pertemuan langsung, baik melalui layar perangkat maupun melalui chatting dan penggunaan media digital lainnya. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan manfaat besar dalam berbagai bidang kehidupan manusia, karena komunikasi digital dianggap praktis, fleksibel, dan ekonomis. Komunikasi digital merupakan bagian dari perkembangan media baru yang memanfaatkan atau mengemas ulang konten dari media sebelumnya, seiring dengan evolusi teknologi dan media. Komunikasi yang baik akan berada pada media digital yang memiliki salah satu kunci sukses dalam eksistensi media yaitu sumber daya nya haruslah:sehat. (Junaedi & Sukmono, 2019). 2.2.3. Media Sosial Widada (2018) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan platform digital yang mempermudah penggunaannya dalam memenuhi kebutuhan komunikasi. Selain itu, Cara lain untuk mendefinisikan media sosial adalah sebagai sumber daya online yang memfasilitasi kontak sosial dari pengguna ke pengguna. **16** Media sosial mengubah komunikasi menjadi percakapan partisipatif melalui penggunaan teknologi berbasis web. Tidak hanya di negara-negara makmur seperti Amerika Serikat, namun juga di negara-negara berkembang seperti Indonesia, penggunaan media sosial terus meningkat hingga memiliki banyak pengguna aktif. Fenomena ini mungkin akan menggantikan peran media massa tradisional dalam penyebaran informasi dan

data. Indonesia bahkan berada di peringkat kelima dunia dalam penggunaan akun Twitter. Selain sebagai media untuk menyampaikan informasi, media sosial juga berfungsi sebagai platform untuk kegiatan bisnis, seperti membuka toko online. Widada (2018) mengatakan bahwa media sosial, sebagai platform komunikasi yang mengutamakan pengguna, mendorong interaksi dan kerja sama di antara individu. Oleh karena itu, 14 media sosial dapat dianggap sebagai alat online yang memperkuat hubungan antar pengguna dan interaksi sosial. Salah satu ahli mendefinisikan media sosial sebagai tempat di mana gambar, video, dan tulisan bersatu serta berinteraksi dalam sebuah jaringan, baik dalam konteks individu maupun kelompok. Awalnya, media sosial dibuat sebagai alat komunikasi, tetapi dengan kemajuan teknologi, fungsinya semakin meluas. Pertama, media sosial menciptakan ekosistem komunikasi yang efektif bagi pengguna, memungkinkan orang untuk terhubung dari berbagai penjuru dunia tanpa terkendala oleh waktu dan jarak.

34 Selain itu, dalam hal branding, pengguna media sosial memiliki cara sendiri untuk membangun citra mereka di mata publik. Media sosial juga menjadi platform penting dalam dunia bisnis, memfasilitasi transaksi jual-beli secara online dan beroperasi 24 jam. Terakhir, media sosial merupakan alat yang efektif untuk pemasaran produk dan layanan, membantu perusahaan meningkatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan pengguna (Sampoerna University, 2022).

2.2.4. Penggunaan Instagram Oleh Remaja Akhir

Instagram adalah perangkat lunak ponsel pintar yang memungkinkan pengguna berbagi teks, gambar, dan video. Setiap postingan dapat disukai, dikomentari, dan berinteraksi dengan pengguna lain. 1 12 Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan paling cepat adalah Instagram. 1 De Vries, Moller, Wieringa, Eigenraam, dan Hamelik (2017) menyatakan bahwa Instagram sangat berbeda dengan Facebook dan banyak platform jejaring sosial lainnya. Perbedaan ini dapat ditemukan pada penekanan Instagram pada foto daripada bahasa, yang membedakannya dari platform lain seperti Facebook dan Twitter. Selain itu, seperti yang disampaikan oleh Johnson dan Knobloch-Westerwick (2016), posting gambar di media sosial memiliki efek

emosional yang berbeda pada penggunaanya dibandingkan dengan postingan yang lebih berfokus pada teks. Penggunaan media sosial Instagram kini sangat dibutuhkan oleh kalangan remaja akhir usia 18-21 tahun untuk menampung informasi yang disebar. Menurut data dari IDN Research Institute menampilkan bahwa remaja tidak hanya menggunakan Instagram sebagai media sosial saja namun juga digunakan untuk platform belanja online. McQuail menyatakan bahwa ada beberapa motif mengapa seseorang menggunakan media sosial Instagram, yaitu: 1. Untuk memperoleh informasi mengenai masyarakat, lingkungan dan global. 2. Untuk menghadapi masalah secara praktis, pendapat dan hal lainnya. 3. Dapat memuaskan jiwa keingintauan yang berlebih terhadap ketertarikan pada suatu hal. 4. Untuk sarana proses pembelajaran dan pendidikan pribadi. 5. Untuk membangun personal branding. 6. Untuk mendapatkan model perilaku. 7. Untuk mencari tau diri sendiri dengan nilai lain dalam media. 8. Untuk memberikan dan mendapatkan bantuan dari/dalam menjalankan peran sosialnya. 9. Untuk mendapatkan bahan interaksi sosial dengan yang lainnya. 10. Menghibur diri dari suatu masalah. 11. Mendapatkan kenikmatan jiwa. 12. Membakar waktu luang. 13. Sarana penyaluran emosi. Konsep media sosial Instagram dan media baru digunakan dalam penelitian ini karena Instagram adalah media online yang memberikan fasilitas untuk remaja akhir guna melakukan aktivitas bertukar informasi dan komunikasi. 9 12 Pada penelitian kali ini, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer digunakan oleh remaja akhir usia 18-21 tahun. 2.2 23 5. Teori Uses & Effects Teori uses and effects mengintegrasikan pendekatan uses and gratification dengan teori tradisional yang dikenal sebagai teori effects. Konsep 'use' merupakan elemen yang signifikan dalam teori ini karena mencakup pemahaman tentang bagaimana media digunakan, yang pada gilirannya memungkinkan analisis dan prediksi mengenai hasil dari interaksi dengan media massa. Signifikansi dari penggunaan media ini dapat bervariasi, mulai dari paparan yang memodifikasi persepsi hingga prosedur yang lebih rumit yang melibatkan ekspektasi tertentu untuk memenuhi permintaan. Teori uses and effects ini

memiliki asumsi bahwa pemakaian media dapat menghasilkan beberapa proses komunikasi massa.

36 Pengaruh dapat ditimbulkan tidak sama dengan individu yang lain karena berdasar pada faktor internal dan eksternal. Ikatan dari pengguna dan pengaruhnya dapat menghasilkan sejumlah perbedaan. Antara lain, hasil pemikiran yang didapatkan sendiri. Menurut hipotesis kegunaan dan efek, salah satu variabel yang mempengaruhi konsumsi media adalah minat. Model penggunaan dan kesenangan dari konsumsi media memiliki tiga aspek, yaitu: 1. Jumlah waktu, yang mencerminkan lama waktu yang dihabiskan saat menggunakan media. 2. Jenis isi media, yang merujuk pada jenis konten media sosial yang dikonsumsi. 3. Hubungan, yang menggambarkan keterkaitan antara individu dan media, baik dalam konteks konsumsi isi media maupun hubungan dengan media secara keseluruhan. (Iswani, 2019). Pada penelitian ini menggunakan teori uses and effects karena seseorang yang menggunakan aplikasi media sosial Instagram bisa mendapatkan sebuah dampak atau pengaruh dari menggunakan Instagram. Sekiranya, pengguna Instagram dapat memikirkan lebih jauh terkait reaksi dari masyarakat sendiri. Informasi yang disampaikan pada media Instagram harusnya dapat memberikan informasi bermanfaat tanpa adanya dampak buruk yang ditimbulkan. 2.2.6. Instagramxiety 16 Kesehatan mental merujuk pada kondisi individu yang tidak mengalami gangguan mental atau emosional, dan mampu menjalankan aktivitas sehari-hari secara normal serta beradaptasi dengan baik terhadap tantangan kehidupan (Putri et al., 2015). Kesehatan mental mencakup keadaan jiwa yang tenang, stabil, dan menerima diri sendiri tanpa perbandingan dengan orang lain. Jika komentar yang diterima dari media sosial, seperti Instagram, memengaruhi kesehatan mental seseorang, itu dapat menghasilkan efek negatif yang dikenal sebagai Instagramxiety (Widyaningrum, 2020). Instagramxiety terjadi ketika seseorang merasa stres, cemburu, sedih, atau merasa rendah diri setelah melihat postingan orang lain di Instagram, karena kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain.

13 Seorang perwakilan dari Mental Health Foundation, Carl Strobe, mengungkapkan bahwa melakukan perbandingan yang berlebihan terhadap diri

sendiri dengan orang lain dapat meningkatkan tingkat kecemasan. Instagram memungkinkan kita untuk melihat kehidupan banyak orang secara bersamaan, yang dapat menyebabkan kecemasan karena perbandingan yang tidak sehat dengan kehidupan orang lain (Widyaningrum, 2020). Menurut Widada (2018), media sosial merupakan platform online yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi penggunanya. Selain itu, media sosial adalah platform yang memfasilitasi kontak sosial antar pengguna. 16 25 35 Media sosial mengambil komunikasi dan menjadikannya interaktif melalui penggunaan teknologi berbasis web.

Penggunaan media sosial meningkat bukan hanya di negara-negara industri tetapi juga di negara-negara berkembang seperti Indonesia, di mana terdapat banyak pengguna aktif. Fungsi media massa konvensional dalam distribusi informasi dapat digantikan oleh fenomena ini. Penggunaan akun Twitter di Indonesia sangat tinggi dan menduduki peringkat keenam di dunia. Media sosial dapat digunakan untuk tujuan bisnis, seperti memulai toko online, selain sebagai platform penyebaran informasi. Menurut Widada (2018), Media sosial merupakan platform komunikasi yang berorientasi pada pengguna, menggalakkan interaksi dan kolaborasi di antara mereka. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap sebagai sumber daya online yang memperkuat hubungan dan interaksi sosial antara penggunanya. Menurut seorang ahli, platform sosial adalah tempat di mana tulisan, film, dan foto digabungkan dengan interaksi berjejaring, baik di dalam kelompok maupun secara pribadi. Media sosial pertama kali dikembangkan sebagai sarana komunikasi, tetapi seiring dengan kemajuan teknologi dan zaman, media sosial memiliki beberapa kelebihan. Pertama, media sosial menghubungkan orang-orang dari seluruh dunia tanpa memandang waktu atau lokasi, menciptakan ekosistem komunikasi yang positif bagi para penggunanya. Pengguna media sosial juga memiliki metode unik mereka sendiri untuk menciptakan persepsi masyarakat tentang diri mereka sendiri dalam hal branding. Media sosial juga menjadi tempat yang penting dalam dunia bisnis, memfasilitasi kegiatan jual-beli secara online dan beroperasi 24 jam. Terakhir, media sosial menjadi platform efektif untuk pemasaran

produk dan layanan, memudahkan 17 perusahaan meningkatkan profitabilitas dan memenuhi kebutuhan pengguna (Sampoerna University, 2022). 2.2.7. Flexing Flexing adalah tindakan instingtual dalam konteks hubungan, yang terkait dengan perasaan ketidakamanan individu dan dapat mendorong mereka untuk menonjolkan apa yang dianggap lebih superior dari orang lain (Simatupang, dkk, 2022). Istilah ini mengacu pada individu yang kerap memamerkan kekayaan mereka, sebuah fenomena yang semakin meluas terutama dengan kehadiran media sosial, di mana individu-individu saling berlomba-lomba untuk menunjukkan kemewahan mereka (Khayati, dkk, 2022). **3 Flexing** juga merupakan istilah slang atau serapan dari Bahasa Inggris yang merujuk pada tindakan memamerkan diri. UrbanDictionary.com menjelaskan bahwa flexing memiliki beberapa makna dalam Bahasa Indonesia, tetapi yang paling umum adalah tindakan memamerkan harta. Definisi lain dari flexing termasuk menyombongkan diri tentang hal-hal yang sebenarnya tidak layak dibanggakan, berbohong tentang prestasi, atau menggambarkan sesuatu dengan lebih besar dari kenyataannya. Dalam konteks saat ini, flexing dapat diinterpretasikan sebagai kebiasaan seseorang memamerkan kepemilikannya, terutama di media sosial, dengan tujuan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Kehadiran media sosial mempermudah praktik flexing ini dilakukan. Meskipun dilakukan secara online, praktik flexing mendorong keinginan individu untuk terlihat kaya, menarik secara fisik, dan populer. Bentuk-bentuk flexing yang seringkali kita lihat pada media sosial adalah seseorang yang menggunakan dan menunjukan pakaian mahal, tas mahal, sepatu mahal, pergi keliling dunia menggunakan jet pribadi, rumah mewah serta barang-barang mewah lainnya (Khayati, 2022). Instagram adalah perangkat lunak ponsel pintar yang memungkinkan pengguna berbagi gambar, video, dan teks tambahan. Pengguna dapat berkomunikasi dengan menanggapi postingan, meninggalkan komentar, dan menunjukkan dukungan satu sama lain. Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis web yang memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan audiens (Hadi, 2021). **6 Belum banyak** penelitian tentang Instagram karena merupakan salah satu media sosial

dengan pertumbuhan tercepat. **1** De Vries, Moller, Wieringa, Eigenraam, dan Hamelik (2017) menyoroti beberapa penelitian yang mengindikasikan konsentrasi utama Instagram pada foto yang membedakannya dengan situs jejaring sosial lainnya, terutama Facebook. Instagram berbeda dari situs lain yang lebih berfokus pada teks seperti Facebook dan Twitter karena hal ini. Penelitian Johnson dan Knobloch-Westerwick (2016) juga menunjukkan bahwa unggahan media sosial yang berisi gambar memiliki dampak emosional yang berbeda dibandingkan unggahan yang berisi teks. Indonesia memiliki lebih dari 63 juta pengguna aktif Instagram, menempatkannya di urutan keempat di dunia menurut data dari We are Social: Digital Global Overview Report. Partisipasi aktif pengguna Instagram dalam berbagi informasi, interaksi, komunikasi, kolaborasi, dan pertukaran ide melalui postingan merupakan salah satu fitur terbaik dari platform ini. Instagram memiliki banyak potensi sebagai media pembelajaran karena kemampuannya; hal ini ditunjukkan dengan banyaknya akun Instagram yang berfokus untuk memberikan informasi terkait kesehatan dan informasi lainnya kepada pengguna.

2.2.8. Kawasan Sub Urban

Soekanto memperlihatkan perbedaan antara kehidupan di penduduk pedesaan dan penduduk perkotaan dalam banyak aspek, termasuk kehidupan keagamaan, individualisme, pola pembagian kerja, jenis pekerjaan, pola pikir, pola hidup, serta perubahan sosial lainnya. **14** Daerah pedesaan ditandai oleh kehidupan masyarakat yang kuat dalam gotong royong, bergantung pada alam sebagai sumber kehidupan utama, serta mempertahankan budaya tradisional dan pembagian kerja yang sederhana. Di sisi lain, masyarakat kota cenderung lebih individualis, tidak tergantung pada alam, dan memiliki pembagian kerja yang lebih kompleks. Namun, terdapat juga masyarakat sub-urban yang merupakan penduduk yang tinggal di pinggiran kota yang berkembang karena perkembangan kota. Daerah sub-urban ini sering dianggap sebagai wilayah peralihan antara desa dan kota, dengan penduduk yang memiliki karakteristik campuran antara masyarakat desa dan kota. **38** Perubahan sosial merupakan fenomena yang tak terhindarkan dalam masyarakat, baik secara sadar maupun tidak. Di pedesaan, perubahan sosial cenderung berlangsung lebih lambat dan

bertahap. Namun, perkembangan zaman mengarah pada perubahan dalam perilaku dan sosial masyarakat, khususnya di perkotaan. Weber menyatakan bahwa masyarakat perkotaan cenderung memiliki pemikiran yang lebih rasional dan modern. Masyarakat perkotaan lebih mampu mandiri dan menerima pengaruh dari luar dengan lebih terbuka, sehingga perubahan sosial sering kali lebih terlihat di kota-kota (Hidayah, 2021).

2.2.9. Dampak Penggunaan Media Baru

Penggunaan media baru, khususnya media sosial, telah menciptakan perubahan yang signifikan dalam pola pikir, kesehatan mental, dan etika pengguna terutama di kalangan remaja akhir. Remaja akhir, yang tumbuh dalam era digital, secara meluas terdampak oleh keberadaan media sosial. Mereka terbuka terhadap berbagai informasi, mampu bekerja dengan cepat dan efisien, serta cenderung menghadapi tantangan atau situasi dengan pendekatan yang kreatif. Namun, kemampuan akses cepat terhadap informasi juga memicu ketergantungan pada dunia maya dan mengubah budaya kita menjadi lebih menyerupai budaya Barat. Media sosial telah mengubah paradigma interaksi dan komunikasi individu, memungkinkan terciptanya hubungan lintas jarak dan waktu. Selain itu, tingkat kenyamanan remaja akhir dengan media sosial lebih tinggi daripada interaksi langsung, yang memengaruhi interaksi sosial dan gaya komunikasi mereka. Meskipun membawa beragam kelebihan, seperti kemudahan dalam berinteraksi. Remaja akhir juga menghadapi risiko untuk 19 kecanduan gadget dan internet, kurangnya kesabaran, serta pola pikir yang terpengaruh oleh budaya instan yang dilihatnya dan kurang adanya sikap disiplin (MH UMA, 2022). Media baru dan publik adalah dua elemen yang saling terkait dan pasti akan memengaruhi kehidupan masyarakat. Kehadirannya menghasilkan dampak yang berbeda dari sebelumnya, khususnya bagi masyarakat yang menjadi pengguna aktifnya. Globalisasi telah mendorong masyarakat untuk mengadopsi media baru, terutama media sosial, sebagai sarana komunikasi dan aktivitas sehari-hari. Meskipun media sosial membantu dalam mengurangi gangguan dalam komunikasi, seperti noise, namun tidak dapat menghilangkannya sepenuhnya karena ketergantungan pada jaringan

internet. Kita semua menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari, disadari atau tidak, sehingga efek dari pergeseran ini segera terlihat. Entah itu melalui game online atau pesan WhatsApp, media sosial telah menjadi bagian penting dalam rutinitas harian kita, dari saat kita bangun hingga saat kita tidur. Anak-anak biasanya bermain dengan permainan tradisional atau mainan non-virtual seperti kelereng, namun saat ini, banyak yang memilih untuk bermain game online di perangkat elektronik mereka. Meskipun mereka masih berkomunikasi satu sama lain, namun komunikasi tersebut bersifat virtual, yang membuat anak-anak tidak bisa berkomunikasi langsung antara satu dengan yang lain (Faadihilah, 2020).

2.2.10. Resiliensi Menurut Thomsen (dalam Mashudi, 2016), setiap individu memiliki benih resiliensi di dalam dirinya. Resiliensi merujuk pada proses adaptasi yang baik dalam menghadapi situasi traumatis, tragedi, atau kejadian lain yang berpotensi menimbulkan stres (Mahmood & Ghaffar, 2014). Definisi lain oleh Pidgeon, Rowe, Stapleton, Magyar, dan Lo (2014) menyebutkan bahwa resiliensi mencakup kemampuan untuk merespons masalah dengan efektif, kemampuan untuk mengatasi kesengsaraan, dan memiliki harapan yang kuat dalam situasi sulit. Fernanda Rojas (2015) menegaskan bahwa resiliensi adalah kemampuan untuk menghadapi tantangan, yang tercermin saat seseorang dihadapkan pada pengalaman yang sulit dan mampu menanggapi dengan cara yang adaptif.

2.2.11. Resiliensi Online
Resiliensi online merupakan suatu ketahanan yang dimiliki oleh seseorang untuk bisa memiliki penyesuaian untuk segala kondisi lingkungan yang kurang mendukung atau baik. Resiliensi online adalah daya tampung yang bisa dimiliki oleh seseorang agar kompeten saat memberikan tanggapan pada berbagai kondisi lingkungan yang berisiko. Paradigma ketahanan berakar pada perspektif kontemporer yang muncul dari sosiologi, psikologi, dan psikiatri. Paradigma ini menjelaskan bagaimana stres, trauma, dan bahaya yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari dapat dipulihkan dan bertahan oleh anak-anak, remaja, dan orang dewasa (Munawaroh & Mashudi, 2019). Resiliensi online dapat diartikan sebagai sebuah ketangguhan dalam

bersikap saat menanggapi hal-hal negatif yang pada dunia online atau digital. Menurut Reivich dan Shatte, ada 7 faktor dimana bisa dijadikan pedoman atau acuan dalam bersikap pada dunia online, yaitu: 1. Regulasi Emosi Ini adalah kemampuan untuk mempertahankan ketenangan di tengah situasi yang sulit. Hubungan seseorang dengan orang lain dapat terganggu ketika mereka kesulitan mengendalikan emosi mereka. Namun, interaksi interpersonal akan meningkat jika seseorang dapat secara efektif mengendalikan emosinya dan memahami emosi orang lain. **31** 2. Pengendalian Impuls

Ini adalah kemampuan seseorang untuk menahan tekanan dan keinginan yang

berasal dari dalam diri. Ketidakmampuan untuk mengendalikan diri dapat mengakibatkan tindakan yang terburu-buru dan bermusuhan. Orang yang memiliki nilai tinggi dalam pengaturan emosi juga biasanya memiliki pengendalian impuls yang luar biasa. 3. Optimisme Ini adalah kualitas yang dimiliki oleh individu yang tangguh. Orang yang optimis berpikir bahwa hal-hal buruk sebenarnya bisa menjadi yang terbaik. Mereka lebih produktif, menjalani hidup yang lebih sehat, dan hampir tidak pernah merasa depresi.

39 Mereka yang optimis percaya bahwa mereka dapat mengatasi rintangan di masa depan.

4. Casual Analysis Di manakah kapasitas untuk menentukan pemicu masalah secara akurat? Identifikasi pemicu masalah yang efektif cenderung tidak melemparkan kesalahan ke tempat lain. Mereka lebih menekankan pada pengelolaan dan penyelesaian masalah. 5. Empati Ini adalah kapasitas untuk merasakan dan memahami emosi orang lain. Keterampilan ini secara langsung terkait dengan kecerdasan psikologis dan emosional. Mungkin akan sulit untuk mempertahankan interaksi sosial ketika seseorang tidak toleran terhadap orang lain. 6. Self-efficacy Ini adalah keyakinan bahwa kita dapat berhasil dan menemukan solusi untuk masalah. Keyakinan seperti ini biasanya ditemukan pada para pemimpin dan mereka yang memiliki keyakinan akan kemampuan mereka untuk menyelesaikan masalah. 7. Reaching Out Merupakan lebih dari sekadar menangani masalah dan bangkit dari keterpurukan. Banyak orang tidak mahir dalam mencari bantuan, karena takut akan kegagalan. Namun, ini adalah langkah penting untuk mencapai

21 kesuksesan, meskipun mempertaruhkan risiko dan kemungkinan hinaan masyarakat. Ketujuh dimensi ini akan menjadi acuan penelitian ini untuk melihat bagaimana remaja akhir bersikap terhadap konten flexing yang ada pada Instagram (Wiwin Hendriani, 2018: 75).

2.3. Kerangka Berpikir Gambar

2.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir tersebut mengacu pada hubungan antara dua konsep, yaitu "flexing" dan "Instagramxiety", pada remaja berusia 18-21 tahun. "Flexing" merujuk pada perilaku memamerkan kekayaan atau status melalui media sosial, seperti Instagram, sementara "Instagramxiety" adalah fenomena psikologis di mana seseorang merasa cemas atau tidak aman saat membandingkan diri mereka dengan konten yang ditampilkan di Instagram. Peneliti tertarik untuk memahami bagaimana paparan terhadap konten flexing dapat mempengaruhi perasaan cemas atau harga diri remaja dalam kelompok usia ini, serta faktor-faktor yang memediasi atau memoderasi hubungan tersebut, seperti pengaruh teman sebaya atau fitur-fitur spesifik dari Instagram. Karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguraikan bagaimana penggunaan media sosial di kalangan remaja mempengaruhi kesehatan mental dan emosional mereka.

18 21 25 39 45 46 22 BAB III METODE PENELITIAN 3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan salah satu dari prinsip penelitian yang melalui pembuatan data deskriptif, yaitu teks atau kalimat seseorang yang diamati (Moleong, 2014). Penelitian kualitatif, pada dasarnya, memusatkan perhatian pada pemahaman mendalam tentang subjek penelitian dan konteks sosialnya, melampaui sekadar pengukuran kuantitatif atau analisis statistik. Dalam penelitian kualitatif, objek realitas tidak hanya dilihat sebagai entitas statis, tetapi sebagai hasil dari interaksi kompleks antara peneliti dan subjek, memungkinkan terungkapnya makna-makna yang terkandung di dalamnya. Berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang lebih menekankan pada generalisasi dan pengujian hipotesis, penelitian kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan interpretasi dan pengamatan yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan penelitian kualitatif adalah hasil dari data yang bersifat deskriptif, dimana akan tersedia dalam

bentuk tulisan ataupun lisan yang diperoleh dari beberapa individu yang meneliti perilaku tersebut (Saleh, 2021). Sederhananya, penelitian kualitatif adalah segala jenis penelitian yang hasilnya tidak didasarkan pada analisis statistik. Menurut perspektif peneliti, fokus utamanya adalah bagaimana peneliti memahami dan menginterpretasikan pentingnya peristiwa, interaksi, dan perilaku subjek dalam situasi tertentu. Berbagai ahli telah mengembangkan definisi penelitian kualitatif sebagai berikut (Fiantika, 2022).

17 Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif agar bisa mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena resiliensi online remaja akhir dalam menghadapi konten flexing di Instagram. Penelitian ini juga mengadopsi paradigma konstruktivisme sebagai kerangka teoretisnya. 33 Paradigma konstruktivisme mengemukakan bahwa individu berusaha untuk memahami situasi di mana mereka hidup (Creswell, 2014). Model paradigma konstruktivisme menekankan bahwa dasar untuk mendeskripsikan kehidupan, peristiwa sosial, serta manusia bukanlah pengetahuan, melainkan akal sehat. Konstruktivisme mengakui keragaman interpretasi dan realitas yang tercipta oleh individu berdasarkan pengalaman dan pemahaman mereka terhadap dunia. Dengan paradigma ini, peneliti dapat memahami bagaimana resiliensi online remaja akhir direpresentasikan dan dikonstruksi dalam konteks konten flexing di Instagram. Penggunaan paradigma konstruktivisme dipilih karena kesesuaian konsep ini dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menginterpretasikan realitas yang dibangun oleh individu, termasuk cara remaja akhir menyikapi konten flexing di Instagram dan bagaimana resiliensi online mereka tercermin dalam interaksi dengan konten tersebut. Dengan demikian, paradigma konstruktivisme membantu peneliti dalam mengembangkan 23 pemahaman yang mendalam tentang dinamika kompleks resiliensi online remaja akhir dalam konteks media sosial.

3.2. Metode Penelitian

Para peneliti menggunakan metodologi penelitian, atau teknik, untuk menemukan data yang dapat menjadi dasar untuk penyelidikan lebih lanjut. Menurut Darmadi (2017), teknik penelitian adalah strategi ilmiah yang berupaya mengumpulkan

informasi berdasarkan pengetahuan yang beralasan dan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Sugiyono (2016) mengungkapkan bahwa metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang membantu peneliti mengumpulkan data yang teruji kebenarannya dan membantu dalam memecahkan masalah serta memperkirakan masalah dalam bidang pendidikan. Dengan demikian, dapat dirangkum bahwa metode penelitian merupakan strategi ilmiah untuk mencapai tujuan khusus dalam penelitian yang sedang dilakukan (Nurkamila & Lala, 2017). Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, yang menggambarkan data secara naratif dan menguraikan fenomena yang diteliti tanpa menggunakan angka statistik atau bilangan. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, analisis data menghasilkan deskripsi verbal, visual, dan perilaku. 22 Hasil penelitian ini tidak dinyatakan dalam bentuk angka, tetapi disajikan dalam bentuk uraian naratif yang mencerminkan situasi dan kondisi yang diamati. Uraian tersebut disusun secara objektif untuk menghindari subjektivitas peneliti dalam interpretasi data. Dengan menggunakan observasi, wawancara, dan tinjauan literatur untuk mengumpulkan data, teknik kualitatif deskriptif ini berkonsentrasi pada perumusan masalah yang telah diidentifikasi. Deskriptif kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang memakai data serta dijabarkan dengan deskriptif. Deskriptif kualitatif memiliki kegunaan untuk melakukan analisis terhadap kejadian, fenomena dan juga peristiwa sosial. Terdapat banyak jenis-jenis dari metode penelitian, mulai dari historis, eksperimen, tindakan hingga deskriptif kualitatif (Lala, 2017). Karena mereka tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang analisis dan deskripsi dari fenomena yang mereka pelajari-yaitu, ketahanan online remaja akhir terhadap konten yang melenturkan di Instagram- peneliti mengadopsi metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. 3.3. Informan Menurut Semiawan (2013), informan merupakan individu yang memiliki informasi yang relevan bagi peneliti dalam suatu penelitian. Mereka memegang peran penting karena terlibat langsung dalam subjek yang sedang diteliti. Meskipun demikian, peneliti juga memiliki peran yang krusial dalam mengeksplorasi informasi

yang diberikan oleh informan dengan lebih mendalam. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan atau narasumber yang sesuai dengan kriteria penelitian sangatlah penting. Dalam proses penentuan informan, perlu memperhatikan fokus kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan penelitian didefinisikan sebagai seseorang 24 yang terlibat dalam proses penyelidikan ilmiah, yang dapat menyumbangkan informasi atau data, atau yang terlihat selama penelitian berlangsung, menurut materi dari situs web IGI Global Publisher of Timely Knowledge (2023). Mengenai informan penelitian, beberapa ahli juga memiliki pendapat yang sama. Sebagai contoh, pakar penelitian kualitatif Robert K. Yin mengatakan bahwa ketika merancang penelitian kualitatif, pertimbangan yang cermat harus diberikan pada pemilihan informan untuk menjamin representasi yang tepat dari populasi yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Sementara itu, pakar komunikasi Marshall McLuhan menekankan pentingnya informan penelitian untuk memahami media dan budaya. McLuhan juga menekankan betapa pentingnya bagi para peneliti untuk menerima apa yang diajarkan oleh para informan ini. Peneliti menggunakan metode purposive sampling untuk mendapatkan dan menyatukan informasi secara akurat sesuai dengan hasil wawancara dengan informan atau narasumber yang sudah sesuai dengan kriteria dan karakteristik penelitian. Kriteria dan karakteristik informan dalam studi ini adalah remaja dewasa yang berusia antara 18 hingga 21 tahun tingkat penggunaan aplikasi media sosial Instagram bisa mencapai 60-90 menit per harinya agar dapat dikatakan sebagai pengguna aktif Instagram atau heavy viewers . Kedua, informan harus sudah pernah melihat atau menonton ketiga konten flexing pada akun Instagram @siscakohl yaitu konten mandi uang, mesin uang dan gelang mewah valentine. Terakhir, informan harus berdomisili di daerah yang masuk kedalam kategori sub urban. Hal ini sesuai dengan rumusan masalah yang peneliti sudah tulis di atas. Untuk mendapatkan informan, peneliti akan menyebarkan informasi membutuhkan sekelompok orang sesuai dengan kriteria dan mampu untuk diwawancarai pada berbagai platform media sosial termasuk Instagram.

Peneliti juga akan bertanya pada rekan-rekan sekitar yang sesuai dengan kriteria penelitian. 3.4. **19** Teknik Pengumpulan Data Dalam melakukan penelitian, peneliti dapat memilih dari berbagai teknik pengumpulan data, yang dipilih tergantung pada jenis penelitian dan sumber data yang diinginkan. Maka, penting bagi peneliti untuk memahami dengan baik tentang teknik pengumpulan data yang sesuai sebelum memulai penelitian. Untuk memahami dengan lebih baik konsep teknik pengumpulan data, kita perlu merujuk kepada definisi dan pandangan para ahli di bidang ini. Pelaksanaan teknik pengumpulan data harus disusun secara teliti agar proses pengumpulan data berjalan dengan baik, dan peneliti harus mengikuti berbagai tata cara dan prosedur yang relevan untuk memastikan validitas dan akurasi data yang terkumpul. (Azis, deepublishstore.com, 2022) Teknik pengumpulan data adalah elemen penting dalam suatu penelitian karena berperan dalam memperoleh informasi yang menjadi objek kajian. **6 9 10 11 18 20**

Terdapat beberapa teknik pengumpulan informasi yang didapatkan dari penelitian kualitatif, yaitu melakukan wawancara, observasi, dan mengumpulkan dokumentasi. Jika menggunakan teknik observasi, data yang diperoleh mencerminkan situasi di lapangan, 25 seperti sikap, tindakan, percakapan, interaksi interpersonal, dan sebagainya. Apabila peneliti memilih teknik wawancara, maka perlu dipastikan bahwa narasumber atau informan sesuai dengan tujuan dan kriteria penelitian serta memiliki kredibilitas. **11 43** Wawancara bisa dilakukan secara tatap muka, telepon dan juga melalui email. **10 41** Teknik ini memiliki dua kriteria: Dua jenis data: primer dan sekunder. Sementara data sekunder didapat dari sumber eksternal seperti buku, jurnal, atau artikel terkait, data primer didapat secara langsung dari sumbernya melalui observasi atau wawancara. (Sugiarto, 2015). Pengumpulan data primer adalah suatu teknik yang esensial dalam penelitian. Data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber penelitian utama, yang merupakan laporan tangan pertama. Data primer dapat dikumpulkan melalui observasi atau dengan berbicara dengan informan yang memiliki pengetahuan tentang topik atau fenomena yang diteliti (Sugiarto, 2015). Wawancara dengan informan

memberikan informasi ini. Dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada informan, wawancara merupakan alat yang berguna untuk menentukan kebutuhan (Yulyani, 2014). Wawancara adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan dan informan memberikan respon. Ada beberapa jenis wawancara menurut Sugiyono (2015), yaitu: 1. Wawancara Terstruktur, Percakapan Terformat Ketika seorang peneliti atau pengumpul data yakin tentang informasi yang perlu mereka kumpulkan, mereka akan menggunakan teknik wawancara terstruktur. Hasilnya, instrumen penelitian berupa kumpulan pertanyaan tertulis dengan opsi jawaban yang telah disusun sebelumnya, yang digunakan oleh pengumpul data saat wawancara. **21** Pertanyaan yang sama akan ditanyakan kepada setiap responden dalam wawancara berstruktur seperti ini, dan peneliti akan mencatat respons mereka. 2. Wawancara semi terstruktur, Wawancara jenis ini termasuk dalam kategori wawancara mendalam, dimana metodologinya tidak terlalu kaku dibandingkan dengan wawancara yang terstruktur. Jenis wawancara ini mengundang responden untuk berbagi pemikiran dan pendapat mereka untuk menyelidiki topik secara lebih rinci. Sangat penting bagi peneliti untuk memperhatikan dengan seksama apa yang dikatakan informan selama wawancara dan mencatat semua yang mereka katakan. **6** Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber lain, melainkan melalui pihak ketiga (Sugiarto, 2015). **28** Data sekunder didapat dari studi kepustakaan dengan melakukan pengkajian pada berbagai literatur hasil penelitian sebelumnya. Data ini dapat ditemukan dalam bentuk kepustakaan, dokumen, foto, atau hasil obrolan dengan orang lain (Setiawan, 2018). Dalam pengumpulan data sekunder, peneliti menggunakan metode Studi Pustaka, dengan tujuan memenuhi hasil penelitian melalui jurnal, buku, dan artikel terkait dengan resiliensi online remaja akhir terhadap konten flexing yang ada pada Instagram. **26** Dalam rangka penelitian tentang resiliensi online remaja akhir terhadap konten Instagram flexing yang ada di akun @siscakohl, langkah yang akan saya ambil adalah melibatkan informan dengan cara mengumumkan dan mengundang partisipasi melalui cerita (story) di platform Instagram. Pengumuman ini

akan menjadi cara dan upaya untuk mengajak remaja akhir usia 18-21 tahun yang berminat dan relevan dengan tema penelitian yang berjudul "Resiliensi Online Remaja Akhir Usia 18-21 tahun pada konten flexin g yang diunggah aku Instagram @siscakohl" ini untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka terhadap konten tersebut. Hal ini dapat memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang lebih dalam dalam konteks resiliensi online di kalangan remaja akhir.

3.5. Metode Pengujian Data

Dalam konteks penelitian kualitatif, proses pengujian data digunakan untuk memverifikasi keaslian informasi yang telah terkumpul selama penelitian berlangsung, dengan tujuan meliputi verifikasi dan justifikasi atas hasil serta bukti yang diperoleh dari riset ilmiah. Evaluasi keaslian data pada penelitian kualitatif melibatkan penilaian terhadap empat kriteria utama, yaitu *credibility* (kepercayaan), *transferability* (keberlakuan), *dependability* (keterandalan), dan *confirmability* (konfirmasiabilitas). Dalam konteks penelitian ini, peneliti memusatkan perhatiannya pada aspek *confirmability*. *Confirmability* mengacu pada representasi obyektivitas pengujian dalam penelitian kualitatif, di mana tingkat obyektivitas terkait dengan tingkat persetujuan yang luas terhadap riset yang dilakukan. Prosedur untuk memastikan *confirmability* melibatkan pemeriksaan terhadap hasil penelitian yang berkaitan dengan proses riset. Selain itu, peneliti juga melakukan evaluasi terhadap isi dan data penelitian untuk memastikan konsistensinya dengan tujuan riset yang telah ditetapkan (Mekarisce, 2020). Dalam konteks *confirmability*, peneliti akan mengkomunikasikan kembali dengan informan yang telah diwawancarai untuk memverifikasi persetujuan dari jawaban yang sudah informan sebutkan terhadap hasil penelitian dan untuk mendokumentasikannya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana proses penelitian berfungsi, yang akan menunjukkan bahwa penelitian tersebut memenuhi kriteria *confirmability* yang telah ditetapkan.

3.6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses yang bersifat kualitatif, di mana peneliti menggunakan teknik analisis subjektif. Proses analisis data ini meliputi pengorganisasian dan penentuan data yang relevan dan

tidak relevan dari hasil wawancara, pendalaman, dan dokumentasi secara teratur. Tujuannya adalah untuk menyusun data dan mencapai kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah penelitian, dengan meminimalisir data agar nantinya dapat sepadan yaitu tujuan penelitian. 27 Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah proses coding. Coding melibatkan identifikasi, pelabelan, dan pengkategorian data kualitatif dari hasil wawancara, baik dalam bentuk teks maupun gambar, serta menjelaskannya ke dalam kategori. Menurut Creswell (2014), terdapat tiga langkah dalam melakukan analisis data, yaitu: 1. Open Coding: Open coding adalah langkah awal yang akan dilakukan peneliti untuk menemukan dan mengkategorikan detail data, informasi, fenomena, atau peristiwa yang diperoleh dari hasil wawancara. Pada tahap ini, peneliti merapikan dan mengorganisasikan data, informasi, dan fenomena yang telah diteliti. Open coding dilakukan dengan cara melakukan analisis terhadap teks dan menyimpulkannya dengan cara memberi tanda yang berbentuk kode. Open coding mewakili karakteristik seperti identitas nama informan dan fenomena yang tertulis dalam teks. 2. Axial Coding Tahap axial coding adalah langkah kedua dalam prosedur analisis data setelah melakukan open coding. Proses ini melibatkan penempatan, penghubungan, dan penjelasan data dengan mengaitkannya dengan konsep serta menemukan kategori-kategori kunci pada inti fenomena. Axial coding umum dilakukan sebelum menjalankan tahap selanjutnya yaitu selective coding karena Pada tahap ini, data yang telah diperoleh akan direstrukturisasi dengan pendekatan baru yang saling terkait. 3. Selective Coding Selective coding merupakan tahap terakhir di mana peneliti telah mengidentifikasi konsep-konsep. Pada tahap ini, peneliti memilih kode-kode secara sistematis yang dapat menghubungkan data dengan kategori-kategori lainnya. Peneliti juga memvalidasi hubungan keterkaitan antara kategori- kategori yang telah diidentifikasi. Pada tahap selective coding, baru bisa dijalankan saat peneliti sudah berhasil melakukan pengembangan pada konsep. Tahap selective coding ini juga bisa dilakukan saat sudah menjalankan analisis keseluruhan dari ide-ide inti

sehingga akhirnya bisa menunjukkan arah dari penelitian. Dalam penelitian ini, pengkodean terbuka, aksial, dan selektif digunakan untuk menganalisis data wawancara. Pengkodean adalah salah satu teknik yang digunakan dalam analisis data. Menurut Moleong (2018), coding adalah proses mengelompokkan data kualitatif dan membuat rincian kategori untuk memberi makna pada data yang telah terkumpul. Pada tahap ini, peneliti memeriksa data dengan mengurangi pengulangan jawaban dan memeriksa kesesuaian dengan data sebelumnya. Dengan mempertimbangkan penjelasan di atas, Teknik analisis data dalam penelitian ini akan melibatkan proses pengcodingan. Tahapan yang akan digunakan mencakup open coding, selective coding, dan axial coding. Data yang telah dikumpulkan akan diproses dan dianalisis menggunakan coding untuk membuat 28 kategori sesuai dengan hasil penelitian. Kategori-kategori ini akan dikelompokkan sesuai dengan tema, dan dihubungkan untuk mengidentifikasi data. Penggunaan coding dalam penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin memahami konsep resiliensi online pada remaja akhir saat melihat postingan flexing pada media sosial Instagram. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis untuk melihat bagaimana konsep tersebut terhubung dengan jawaban informan.

3.7. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan, yaitu hanya mendapatkan jawaban dari informan berjenis kelamin perempuan dan juga karena hanya meneliti dampak dari tiga konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Keterbatasan ini tidak mencakup variasi konten flexing lainnya yang bisa mempengaruhi resiliensi online remaja akhir dengan cara yang berbeda. Hal ini juga membuat hasil penelitian tidak bisa di generalisir pada setiap karakteristik dan tempat tinggal individu lainnya.

29 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti akan memberikan penjelasan detail tentang hasil data yang telah ditemukan dan dikumpulkan. Informasi tersebut akan dipresentasikan dalam kategori-kategori yang telah disusun dengan cermat sesuai dengan kerangka konseptual yang telah dirancang oleh peneliti. Peneliti juga melakukan interpretasi data yang mendalam. Interpretasi data ini disajikan dalam

bentuk hasil jawaban atau wawancara yang peneliti sudah lakukan dengan keempat informan. Setiap jawaban dari informan diinterpretasikan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena yang sedang diteliti. Selain itu, beberapa temuan dalam penelitian ini akan dimuat dalam bentuk tabel agar pembaca dapat dengan mudah memahami dan menganalisis data yang sudah ditemukan. Pengkategorian peneliti pertama-tama akan membahas mengenai gambaran umum dari masing-masing informan yang menjadi subyek penelitian. Deskripsi ini meliputi latar belakang informan, pengalaman mereka dengan media sosial, serta pandangan umum mereka tentang fenomena yang diteliti. Selanjutnya, peneliti akan membahas terkait penggunaan media sosial dan media sosial Instagram yang digunakan oleh keempat informan. Meliputi, sejak kapan keempat informan sudah menggunakan media sosial Instagram, durasi atau frekuensi penggunaan Instagram, tujuan penggunaan Instagram yang akan dijelaskan lebih detail oleh keempat informan dan juga jenis konten apa yang mereka sering akses pada media sosial Instagram. Peneliti juga akan bertanya pada keempat informan terkait resiliensi online serta Instagramxiety, hal ini meliputi ketujuh dimensi yang akan diukur oleh peneliti dari jawaban yang sudah keempat informan berikan. Adapun ketujuh dimensi tersebut adalah; 32 regulasi emosi, pengendalian impuls, sikap optimisme, casual analysis, sikap empati, self efficacy dan juga reaching out. Keempat informan juga akan menjelaskan bagaimana mereka mendefinisikan sebuah arti dari kata flexing, motif seseorang melakukan sebuah tindakan flexing dan dampak dari sebuah konten flexing yang beredar pada media sosial Instagram khususnya konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Setelah itu, peneliti juga akan mengajukan pertanyaan yang relevan dengan teori Uses & Effects, seperti bagaimana keempat informan menerima informasi melalui media sosial Instagram, efek positif yang ditimbulkan pada media sosial Instagram serta dampak negatif yang ditimbulkan pada media sosial Instagram. Lebih lanjut lagi, peneliti akan membagi data sesuai dengan topik-topik yang akan diinterpretasikan. Interpretasi akan dimuat dalam penelitian ini

mencakup sesuai keterkaitan serta relevansi dengan rumusan masalah yang diajukan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan jawaban yang komprehensif dan mendalam terhadap pertanyaan penelitian. Dengan begitu, pembaca dapat memahami dengan baik mengenai fenomena yang diteliti serta implikasi dari temuan tersebut. **5** 4.1. **5** Gambaran Umum Subjek Penelitian

30 Dalam penelitian ini, peneliti memilih empat responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria responden yang dipilih adalah remaja dewasa berusia 18-21 tahun, tinggal di daerah pinggiran kota, dan aktif menggunakan Instagram setiap hari selama 60-90 menit. Responden penelitian ini digunakan sebagai sumber data utama untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Keempat informan dalam penelitian ini adalah Rahma Nastaghfiroh sebagai Informan 1, Rani Delfiriani sebagai Informan 2, Naura Nabila Keysa sebagai Informan 3, dan Sarah Nur Aulia sebagai Informan 4. Masing-masing informan memiliki perbedaan usia, yaitu Informan 1 berusia 19 tahun, Informan 2 berusia 21 tahun, Informan 3 berusia 18 tahun, dan Informan 4 berusia 20 tahun. Selain itu, keempat informan ini juga memiliki perbedaan tempat tinggal, meskipun terdapat kesamaan pada Informan 2 dan Informan 3. Informan 1 berdomisili di Kota Bogor, Informan 2 dan Informan 3 berdomisili di Kota Depok, dan Informan 4 berdomisili di Kota Tangerang. Hasil wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keempat informan ini merupakan pengguna aktif media sosial Instagram. Lebih lanjut, dua dari empat informan sering mengakses konten hiburan, sedangkan dua sisanya lebih sering mengakses konten informatif. Hal ini memberikan gambaran mengenai variasi dalam penggunaan Instagram di antara para remaja yang menjadi subjek penelitian ini. **24** Dengan demikian, melalui keempat informan ini, peneliti dapat memperoleh data yang bervariasi dan mendalam yang relevan dengan tujuan penelitian. **4.1** **5** **1.** Informan 1 Informan satu dalam penelitian ini bernama Rahma Nastaghfiroh. Rahma atau ama merupakan seorang perempuan berusia 19 tahun, yang saat ini tinggal di kota Bogor. **5** **40** Saat ini pendidikan terakhir Rahma merupakan

Sekolah Menengah Atas atau SMA dan sedang menjalani perkuliahan. Rahma memiliki aplikasi sosial media Instagram dan TikTok yang Rahma juga gunakan sehari-hari, Rahma sendiri sudah menggunakan Instagram sejak 3 tahun yang lalu. Konten yang Rahma biasanya akses pada Instagram adalah konten hiburan atau entertain, rekomendasi outfit, tempat- tempat hiburan, konten a day in my life. Rahma sendiri menggunakan Instagram untuk melakukan interaksi sosial baik jarak dekat maupun jauh ke rekannya. Durasi penggunaan Rahma dalam mengakses Instagram adalah 60 menit. Informan 1 dipilih menjadi narasumber pada penelitian ini karena telah sesuai dengan kriteria informan yang peneliti cari, yaitu remaja akhir berusia 18-21 tahun, menggunakan Instagram rata-rata 60-90 menit per hari dan tinggal pada kawasan sub urban. 4.1.2. Informan 2 Informan kedua dalam studi ini adalah Rani Delfriani. Rani, seorang perempuan berusia 21 tahun, saat ini tinggal di kota Cinere, Depok. Ia telah menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Mercu Buana. Rani aktif menggunakan tiga media sosial 31 utama, yaitu Instagram, Twitter, dan TikTok dalam kegiatan harinya. Penggunaan pertamanya pada Instagram dimulai sepuluh tahun yang lalu. Konten yang biasanya diakses oleh Rani di Instagram mencakup berita terkini, berita terkait bencana alam, informasi mengenai kondisi lalu lintas, serta konten hiburan. Rani menggunakan platform ini untuk menjaga hubungan dengan teman- temannya yang berada di berbagai pulau. Setiap hari, Rani menghabiskan waktu sekitar 90 menit untuk berinteraksi di Instagram. Rani dipilih sebagai informan dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu remaja akhir berusia 18-21 tahun, aktif menggunakan Instagram dengan durasi 60-90 menit per hari, dan tinggal di kawasan sub-urban. 4.1.3. Informan 3 Informan ketiga dalam studi ini adalah Naura Nabila Keysa. Naura adalah seorang perempuan berusia 18 tahun yang saat ini tinggal di kota Depok dan telah menyelesaikan pendidikan SMA. Naura aktif menggunakan berbagai aplikasi media sosial, termasuk Instagram, yang sudah digunakannya sejak tujuh tahun yang lalu. Konten yang sering diakses

oleh Naura di Instagram adalah konten yang bersifat positif dan membangun jati diri. Naura menggunakan platform ini untuk berkreasi, mencari informasi, hiburan, dan juga untuk mempersiapkan diri menghadapi UTBK. Setiap harinya, Naura menghabiskan waktu sekitar 90 menit untuk berinteraksi di Instagram. Naura dipilih sebagai informan dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu remaja akhir berusia 18-21 tahun, aktif menggunakan Instagram dengan durasi 60-90 menit per hari, dan tinggal di kawasan sub-urban.

4.1.4. Informan

4 Informan keempat dalam studi ini adalah Sarah Nur Aulia. 5 Sarah adalah seorang perempuan berusia 20 tahun yang saat ini tinggal di kota Babakan Tangerang dan telah menyelesaikan pendidikan SMA. Sarah aktif menggunakan berbagai aplikasi media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook. Sarah mulai menggunakan Instagram sejak tahun 2013. Di platform ini, Sarah sering mengakses konten yang berkaitan dengan jualan makanan dan minuman. Setiap harinya, Sarah menghabiskan waktu sekitar 60 menit untuk berinteraksi di Instagram. Sarah dipilih sebagai informan dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu sebagai remaja akhir berusia 18-21 tahun, aktif menggunakan Instagram dengan durasi 60-90 menit per hari, dan tinggal di kawasan sub-urban.

Informan	Deskripsi
1	Rani
2	Naura
3	Sarah
4	32

Jenis Kelamin	Informan
P	1
P	2
P	3
P	4

Usia	Informan
19 tahun	1
21 tahun	2
18 tahun	3
20 tahun	4

Domisili	Informan
Bogor	1
Depok	2
Depok	3
Tangerang	4

Pendidikan Terakhir	Informan
SMA	1
SMA	2
SMA	3
SMA	4

Sumber: Olahan Peneliti

Pada hasil analisis wawancara dengan keempat informan di atas, dapat dikatakan bahwa keempat informan menggunakan media sosial Instagram, keempat informan juga turut menggunakan media sosial lainnya seperti TikTok, Twitter dan juga Facebook. Hal ini menunjukkan bahwa remaja akhir usia 18-21 tahun cenderung menggunakan berbagai aplikasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Keempat informan juga mengakses berbagai variasi jenis konten sesuai dengan minat dan kebutuhan pribadi keempat informan. Ini juga menunjukkan bahwa remaja akhir usia 18-21

tahun menggunakan media sosial Instagram sebagai sumber informasi dan juga hiburan. Pada tabel diatas juga terlihat bahwa karakteristik informan bersifat homogen karena memiliki jenis kelamin yang sama, memiliki rata-rata tindak pendidikan terakhir yang sama kecuali informan 2 dan tinggal pada kawasan sub urban. Salah satu dari keempat informan yaitu Informan 3 menjelaskan bahwa tujuan penggunaan media sosial Instagram tidak hanya untuk media hiburan, namun juga bisa digunakan pada kebutuhan edukatif dan kreasi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat potensi penggunaan media sosial Instagram yang positif yaitu digunakan untuk mendukung kegiatan belajar dan pengembangan diri. Pembahasan pada penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kesamaan dalam demografi dan durasi penggunaan Instagram pada kalangan remaja akhir usia 18-21 tahun di kawasan sub urban, terdapat perbedaan yang signifikan dalam jenis konten yang diakses serta motivasi penggunaan media sosial Instagram. Hal ini dapat membantu untuk memahami bagaimana remaja akhir usia 18-21 tahun menggunakan media sosial Instagram untuk berbagai tujuan. Mulai dari hiburan hingga edukasi yang dapat mendukung bagaimana hal tersebut mempengaruhi kehidupan sehari-hari remaja akhir usia 18-21 tahun.

4.2. Media Sosial Instagram

Pada fase ini, peneliti akan menguraikan beberapa pertanyaan terkait penggunaan media sosial Instagram oleh keempat informan. Keempat informan juga akan menjelaskan berapa lama mereka sudah menggunakan Instagram dan kapan mereka pertama kali mulai menggunakan platform ini. Informan pertama menyebut bahwa dia telah menggunakan Instagram untuk jangka waktu yang signifikan. Berikut penjelasan dari Informan 1 : "Aku pakai main Instagram itu dari aku SMP kayanya. Jadi udah hampir 3 tahun lagi ya, 4 tahun lebih lah. Aku sebenarnya tuh kalau misalnya diliat 33 aktif, kayanya aktif sih, tapi nggak yang kaya kalau sekali buka itu langsung 60 menit nggak. Kadang kaya buka terus keluar, buka terus keluar. Tapi kalau misalnya dihitung-hitungin, lebih dari kadang 60 sampai 90 menit. Jadi kehitung aktif sih." (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024) Seperti

i kutipan wawancara dengan Informan 1 di atas, ia sudah menggunakan Instagram dengan durasi hampir 4 tahun dengan durasi per hari nya 60-90 menit. Cukup berbeda dengan informan 2 yang memiliki durasi lebih lama dibandingkan dengan informan 1, berikut penjelasannya : "Aku gunain aplikasi instagram itu dari aku SMP itu sekitar tahun 2014, aku juga segitu sih 60-90 menit kadang kalau misalkan weekend yaitu bisa lebih lain dari instagram-nya karena kan biasanya hari biasakan megang hp juga megang buat ya: sosial media tapi yang enggak lama kayak 2 jam. Paling cukup 60-90 menit gitu" (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024) Seperti kutipan wawancara dengan Informan 2 di atas, ia sudah menggunakan Instagram cukup lama sekitar 10 tahun terhitung dari tahun 2014, sedangkan durasi penggunaan Instagram perhari nya ia bisa menghabiskan hingga 90 menit pada aplikasi media sosial Instagram. Tidak jauh berbeda dengan Informan 3, berikut penjelasannya : "Sebenarnya aku dari kelas 4 SD udah main, sekitar tujuh tahun yang lalu berarti. Aku sekitar 80 menit mungkin kaya 1 jam 20 menit atau mungkin delapan puluh kalau di senggang bisa sampai 1 jam 30 menit atau 90 menit". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, ia sudah menggunakan Instagram selama 7 tahun terhitung saat ia masih menduduki bangku Sekolah Dasar atau SD. Sedangkan durasi penggunaan Instagram yang ia habiskan per hari nya rata- rata adalah 80 menit. Tidak jauh berbeda dengan Informan 4, berikut penjelasannya : "Aku dari 2013 udah pakai instagram nih, udah berapa tahun tuh berarti, lebih dari 60 menit sih aku. Aku aktif sih di sosial media". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti yang disampaikan dalam kutipan dari wawancara dengan Informan 4 sebelumnya, dia telah menggunakan Instagram selama lebih dari sepuluh tahun, dimulai sejak tahun 2013. 37 Dia juga menghabiskan waktu lebih dari 60 menit setiap hari untuk menggunakan media sosial Instagram. Keempat informan juga menjelaskan tujuan mereka dalam menggunakan Instagram, di mana terdapat kesamaan tujuan antara Informan 1 dan Informan 2, yaitu untuk

mencari konten yang menghibur. Sementara itu, Informan 3 menyatakan bahwa tujuan awalnya menggunakan Instagram adalah untuk berkreasi, yang berbeda dengan Informan 4 yang mengakses Instagram untuk mencari konten terkait jualan makanan dan minuman, yang relevan dengan pekerjaannya saat ini.

Berikut penjelasannya : "Selama ini sih buat hiburan, terus selain itu interaksi sosial juga kan, chattingan, kenal temen banyak, jarak jauh, terus udah itu aja sih" (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024)

. 34 Seperti kutipan wawancara dengan Informan 1 di atas, tujuan ia menggunakan media sosial Instagram selama ini untuk hiburan serta interaksi sosial. Ia menjelaskan bahwa selama ini menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan chat bersama rekan, mengenal lebih banyak teman serta menghubungkan komunikasi jarak jauh. Hal ini cukup sama dengan penjelasan yang dipaparkan oleh Informan 2, berikut penjelasannya : "Kalau dulu itu media sosial itu ke saya gunakan buat happy happy aja dulu tuh kayak ya ibaratnya flexing lah kalau untuk dulu tapi kalau untuk sekarang, sosial media itu sebagai relasi saya kepada teman teman saya dalam jarak jauh ya tentunya ya. Kan di kampusnya enggak hanya satu pulau saja karena ada pulau pulau lain tuh temanku disana, lalu kita bercengkrama lewat sosial media seperti itu". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 2 di atas, ia menjelaskan bahwa tujuan menggunakan media sosial Instagram awalnya hanya untuk kesenangan yang ia ibaratkan seperti melakukan fenomena flexing, namun ia kembali menjelaskan bahwa saat ini ia menggunakan media sosial Instagram untuk menghubungkan komunikasi dengan rekan-rekannya yang berjarak jauh seperti diluar pulau serta untuk bercengkrama melalui media sosial yaitu Instagram. Hal ini cukup berbeda dengan penjelasan yang dipaparkan oleh Informan 3, berikut penjelasannya : "Sebenarnya awalnya untuk berkreasi aja sih, terus apa yang juga suka nyari informasi dari instagram terus jadi sarana hiburan buat aku juga, terus nggak jarang karena kemarin aku baru ngelakuin UTBK aku bisa belajar di instagram". (Informan 3, wawancara

mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, ia menjelaskan bahwa tujuan atau motif awal ia menggunakan media sosial Instagram adalah untuk berkreasi dan mencari informasi-informasi yang ia butuhkan. Seiring berjalannya waktu, ia menggunakan Instagram untuk membantu ia belajar untuk menghadapi UTBK. Hal ini juga cukup berbeda seperti tujuan yang dilakukan oleh Informan 4, berikut penjelasannya : "Konten konten yang kucari sih sebenarnya yang suka lewat aja ya kayak misalnya tentang makanan tentang jualan minuman gitu gitu aja sih". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 4 di atas, ia menggunakan media sosial Instagram dengan tujuan untuk mencari referensi ide menjual makanan dan minuman. Lebih lanjut, latar belakang profesi Informan 4 adalah sebagai penjual makanan dan minuman, sehingga penting bagi Informan 4 untuk mencari ide bisnis agar menunjang profesinya saat ini. Kemudian, keempat informan memiliki jawaban yang cukup berbeda terkait jenis-jenis konten apa saja yang biasanya mereka akses pada media sosial Instagram, seperti jawaban oleh Informan 1 yang menyebutkan bahwa ia seringkali mengakses konten-konten yang menghibur. Berikut penjelasannya : 35 "Kalau aku sih akhir-akhir ini lagi suka lihatin outfit, terus tempat-tempat hiburan, kayak slime, kayak yang buat hiburan-hiburan gitu. Terus kadang juga suka lihatin kayak, kalau sekarang kan di TikTok sama Instagram kan lagi namanya kayak Get Ready With Me atau A Day In My Life. Nah itu menurut aku menghibur banget sih, jadi aku suka ngeliatin kayak gitu". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara oleh Informan 1 di atas, ia seringkali mengakses konten-konten yang menghibur seperti rekomendasi outfit, tempat-tempat hiburan dan konten a day in my life atau get ready with me. Lebih lanjut, Informan 2 memiliki perbedaan terhadap konten yang diakses pada media sosial Instagram, berikut penjelasannya : "Kalau aku sering nyari kontennya yang pertama setiap hari pasti aku bakal cari berita apa nih yang terjadi gitu".

Takutnya ada ya berita yang paling ditakuti tuh berita bencana alam, nanti setelah itu aku selalu kan aku kan udah kerja jadi aku nyarinya tuh tentang lalu lintas apa yang terjadi ini, jalanan mana aja nih yang macet di yang kemungkinan bakalan terjadi macet atau gimana. Terus yang terakhir tuh buat hiburan ya yang buat ya lucu-lucuan aja lah”. (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024).

Seperti kutipan wawancara oleh Informan 2 di atas, ia sering mengakses konten yang berisi informasi-informasi dan juga ia seringkali mengakses berita-berita mengenai bencana alam. Lebih lanjut, sesuai dengan latar belakang profesi Informan 2 yang sering berkegiatan diluar rumah, ia sering mengakses berita mengenai keadaan lalu lintas pada media sosial Instagram. Berbeda dengan jawaban dari Informan 3 yang lebih sering mengakses konten-konten positif, berikut penjelasannya : ”Sebenarnya aku hampir suka semuanya dan konten-konten positif sih yang aku suka, yang membangun jati diri gitu”. (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara oleh Informan 3 di atas, ia lebih suka mengakses konten-konten yang memiliki nilai-nilai positif, hal ini ia lakukan untuk membantu membangun jati diri yang ia miliki.

Sedangkan jawaban yang dijabarkan oleh Informan 4 cukup berbeda dengan jawaban dari Informan 3, berikut penjelasannya : ”Konten konten yang kucari sih sebenarnya yang suka lewat aja ya kayak misalnya tentang makanan tentang jualan minuman gitu gitu aja sih”. (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 4 di atas, ia lebih suka mengakses konten-konten yang berkaitan dan memiliki relevansi dengan latar belakangnya yaitu penjual makanan dan minuman. Hasil wawancara pada keempat informan di atas juga mengaitkan temuan- temuannya dengan salah satu konsep yaitu konsep media baru. Media baru yang meliputi konten digital memungkinkan interaksi real-time dan berbagi sosial, memiliki 36 beberapa karakteristik yang relevan. Interaktivitas, sebagai salah satu karakteristik yang dapat terlihat pada bagaimana cara keempat informan menggunakan media sosial

Instagram untuk berinteraksi dengan teman dan keluarga tanpa harus bertatap muka atau secara langsung. Kehadiran sosial juga dapat tercermin dalam bagaimana media sosial Instagram memungkinkan beberapa informan merasa lebih terhubung dengan orang-orang yang berada jauh. Unsur bermain juga terlihat dalam penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana hiburan sesuai dengan yang disampaikan oleh Informan 1, 2 dan 3. Sementara personalisasi terlihat dalam konten yang diakses dapat mencerminkan minat pribadi dari masing-masing informan. Penggunaan media baru seperti media sosial Instagram telah menciptakan perubahan yang signifikan dalam pola pikir, kesehatan mental serta etika dari penggunaanya. Khususnya remaja akhir usia 18-21 tahun. Kemampuan mengakses informasi dengan cepat memungkinkan keempat informan untuk memanfaatkan platform media sosial Instagram untuk berbagai tujuan seperti mencari informasi, belajar dan hiburan. Namun, ketergantungan pada dunia digital juga terlihat dari waktu yang signifikan yang dihabiskan pada media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa adanya potensi ketergantungan. Perubahan pada interaksi sosial juga terjadi, dimana keempat informan lebih nyaman untuk berkomunikasi melalui media sosial Instagram daripada secara langsung yang mengakibatkan jadi terubahnya pola komunikasi dan interaksi sosial mereka. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial saat ini, memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari keempat informan. Dengan kemampuannya untuk memfasilitasi komunikasi yang interaktif dan sosial, media sosial Instagram juga memiliki potensi dalam mendukung kegiatan bisnis. Seperti yang dijelaskan oleh Informan 4, penggunaan media sosial Instagram dapat menunjang latar belakang profesinya sebagai penjual makanan untuk mencari ide bisnis. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti pentingnya media sosial Instagram dalam berbagai aspek kehidupan remaja akhir usia 18-21 tahun yang berada pada kawasan sub urban, baik sebagai sarana interaksi sosial, hiburan maupun pendukung kegiatan bisnis. Lebih lanjut, keempat informan juga mengakui adanya potensi risiko yang terkait dengan penggunaan media sosial yang intensif

terhadap pola pikir serta kesehatan mentalnya. Tabel 4.2 Penggunaan Media Sosial Instagram Deskripsi Rahma (Informan 1) Rani (Informan 2) Naura (Informan 3) Sarah (Informan 4) Awal Penggunaan Instagram 2020 2014 2017 2013 Frekuensi Penggunaan Instagram 60-90 menit/hari 60-90 menit /hari 80 menit/hari 60 menit/hari Tujuan Penggunaan Instagram Mencari hiburan serta melakukan interaksi Mencari hiburan, konten informasi Pada awalnya untuk berkreasi dan mencari Mencari ide konten dengan topik jual makanan 37 sosial serta melakukan interaksi sosial informasi, pada masa ini digunakan untuk sarana hiburan dan membantu proses belajar dan minuman Konten yang Diakses melalui Instagram Konten hiburan seperti rekomendasi pakaian, rekomendasi tempat hiburan, konten "Get Ready With Me" dan konten "A Day in My Life Konten berita harian, berita bencana alam dan juga informasi lalu lintas Konten yang bertema positif dan dapat membangun jati diri Konten yang bertopik jualan mengenai makanan dan minuman Sumber: Olahan Peneliti Dalam penelitian ini, teori Uses & Effects digunakan untuk memahami bagaimana informasi yang beredar di media sosial Instagram dapat diterima dan konsekuensi atau pengaruhnya. Dari hasil wawancara dengan keempat informan, terdapat beragam pandangan terkait hal ini. Informan 1 mengungkapkan bahwa informasi di Instagram bisa diterima dengan baik, namun terkadang pengguna merasa terpaksa untuk mencocokkan hidupnya dengan standar yang ada di platform tersebut. Sementara Informan 2 melihat konten Instagram sebagai hiburan yang lucu dan unik. Informan 3 mengakui bahwa konten edukasi di Instagram dapat memberikan dampak positif, namun juga menyebutkan bahwa konten yang menampilkan kemewahan bisa membuatnya iri atau menginginkan sesuatu yang sebenarnya tidak ia butuhkan. Sedangkan Informan 4 menunjukkan bahwa konten Instagram dapat diterima dengan baik, tetapi juga bisa membuatnya merasa sedih, iri, dan kehilangan semangat. Dari perspektif teori Uses & Effects, penggunaan media sosial dipengaruhi oleh kepentingan dan harapan individu untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Variabel seperti jumlah waktu, jenis isi media, dan hubungan antara individu dengan media

memainkan peran penting dalam pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan media. Oleh karena itu, penting bagi pengguna Instagram untuk mempertimbangkan reaksi masyarakat dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan di platform tersebut memberikan manfaat tanpa menimbulkan dampak negatif. Secara umum, keempat informan dapat menerima informasi yang beredar pada media sosial Instagram dengan baik. Namun, keempat informan dapat mengalami dampak yang berbeda-beda pada konten yang beredar tersebut. Media sosial Instagram juga dapat menimbulkan dampak ganda pada keempat informan, baik positif ataupun negatif. Hal ini bergantung pada bagaimana konten tersebut dikonsumsi dan diinterpretasikan oleh keempat informan.

3.8 4.2.3. Flexing yang dilakukan oleh @siscakohl

4.2.3.1 Definisi Flexing

Flexing diartikan sebagai seseorang yang suka memamerkan kekayaannya atau harta yang dimiliki. Pada tahap ini, peneliti akan memberikan pertanyaan kepada keempat informan untuk mengetahui bagaimana keempat informan tersebut mendefinisikan sebuah fenomena flexing. Berikut penjelasannya: "Flexing tuh kayak ngebanggain, kayak pamer ibaratnya gitu". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024).

Pada kutipan wawancara di atas, informan 1 menjelaskan bahwa definisi flexing menurut ia adalah sebuah tindakan yang membanggakan atau pamer sesuatu. Lebih lanjut, Informan 2 memberikan definisi flexing yang lebih detail atau rinci. Berikut penjelasannya: "Kalo menurutku definisi flexing itu gimana ya, fleksing tuh maksudnya dia itu memberikan perilaku dan tingkah laku dia yang dia rekam ya buat videonya itu buat sebagai ajang pamer di instagram yang seperti misal dia punya, apa ya kayak mungkin dia punya bak mandi diisi dengan duit itu kan itu ibaratnya dia menjadi pamer memperlihatkan perilaku kemewahannya gitu, tapi itu balik lagi ya ke memandangi apa ke pandangan orang masing masing gitu sih hani". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024).

Pada kutipan wawancara dengan Informan 2 di atas, ia menjelaskan bahwa flexing merupakan tingkah laku atau perilaku yang sengaja direkam untuk tujuan ajang pamer pada media sosial Instagram dan memperlihatkan

kemewahannya yang seseorang miliki. Namun ia juga turut mempertegas bahwa definisi flexing bisa berbeda pandangan dengan orang yang lainnya. Pada penjelasan informan 3, ia menjelaskan cukup mirip dengan informan 1 yaitu penjelasan singkat. Berikut penjelasannya : "Kalo menurut aku flexing itu tindakan yang memamerkan harta kekayaannya secara berlebihan sih kak". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024).

Pada kutipan wawancara di atas dengan Informan 3, ia menjelaskan tidak jauh signifikan dengan Informan 1 dan Informan 2 yaitu sebuah tindakan yang memamerkan harta kekayaannya, namun ia juga menjelaskan bahwa perilaku tersebut dilakukan dengan cara yang berlebihan. Hal ini juga cukup sama disampaikan oleh Informan 4, berikut penjelasannya : "Flexing itu ya menurut aku kayak gitu sih kayak apa namanya dia tunjukkan banget ini dia punya harta atau dia kayak gimana menunjukkan kehidupan mewahnya kehidupannya hedon nya kayak gitu sih kak". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas dengan Informan 4, ia menyatakan bahwa perilaku flexing didefinisikan sebagai suatu hal yang sangat menunjukkan bahwa seseorang tersebut memiliki harta dan bagaimana seseorang tersebut menunjukkan kehidupannya yang mewah. 39

4.2.3.2 Motif Melakukan Flexing

Pada tahap ini, keempat informan akan menjelaskan menurut pandangan keempat informan bagaiman alasan atau motif seseorang dapat melakukan kegiatan atau perilaku yang termasuk kedalam kategori flexing. Terdapat beberapa kesamaan jawaban dari Informan 1, Informan 2 dan Informan 4 Berikut penjelasannya : "Aku nggak tahu sih , mungkin karena dia ada, terus juga kan sekarang kalau misal dia tahu cara booming gitu lho, jadi kalau misal videonya rame, dia videonya nggak rame kalau nggak flexing, kadang kayak gitu kan, targetnya kayak gitu, mungkin dari situ". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 1 di atas, ia menjelaskan bahwa suatu kegiatan flexing yang dilakukan oleh pemilik akun Instagram @siscakohl memiliki tujuan untuk menaikkan traffic pada akun nya sendiri, hal ini cukup mirip dengan yang disampaikan

oleh Informan 2. Berikut penjelasannya : "Ya pasti kalau misalkan di a seperti selebgram, dia pengen banget naikkan engagement dengan buat atau buat insight ya ketika melakukan branding dirinya dengan perusahaan yang ingin memakai namanya dia untuk memakai suatu produk. Kalau menurutku itu seperti itu hani". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 2 di atas, ia sama hal nya menjelaskan bahwa alasan seseorang melakukan kegiatan flexing yaitu untuk menaikkan engagement atau melakukan branding pada akun Instagram nya sendiri. Lebih lanjut, Informan 3 menyatakan bahwa motif pemilik akun Instagram @siscakohl melakukan perilaku flexing untuk hiburan. Berikut penjelasannya : "Bisa jadi mereka itu sebenarnya untuk bercanda tapi nggak jarang juga mereka tuh memang, memang ingin dilihat gitu lo kak sama orang sekitarnya kalau mereka itu punya dan mereka itu mampu karena mempunyai harta itu". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas, ia menyatakan bahwa alasan pemilik akun Instagram @siscakohl melakukan perilaku flexing adalah untuk sekedar bercanda. Namun ia juga menambahkan bahwa motif pemilik akun Instagram @siscakohl melakukan flexing adalah ingin dilihat oleh masyarakat bahwa ia mampu karena memiliki harta. Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya, Informan 4 memiliki kemiripan jawaban dengan Informan 1 dan Informan 2. Berikut penjelasannya : "Sebenarnya dia mungkin menurut aku ya cara dia untuk memikat followers-nya itu ya kayak gitu jadi mereka nunjukin ini apa yang mereka punya makanya orang orang itu pada tertarik kayak gitu aja sih kak". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas, Informan 4 menjelaskan bahwa perilaku flexing yang dilakukan oleh pemilik akun Instagram @siscakohl memiliki motif untuk memikat followersnya dan menunjukkan sesuatu yang ia miliki agar masyarakat jadi lebih tertarik.

4.2.3.3 Dampak Konten Flexing

Keempat informan akan menjelaskan dampak dari fenomena konten flexing yang ada pada media sosial khususnya pada media sosial Instagram. Keempat Informan memberikan jawaban yang cukup sama seperti

hal nya pada Informan 1 dan Informan 2, kedua informan tersebut menjabarkan jawaban yaitu konten flexing yang diunggah pada akun Instagram @siscakohl memberikan dampak yang positif. Berbeda hal nya dengan Informan 3 dan Informan 4 yang menyebutkan bahwa konten flexing yang diunggah pada akun Instagram @siscakohl memberikan dampak yang negatif. Berikut penjelasannya : "Sebenarnya, kalau bagi aku sendiri ya, personal, aku anggapnya positif aja sih, soalnya aku, ya udah gitu loh, aku ngeliatnya kayak nggak ada iri, terus emang-emang nggak sih, jadi malah kayak motivasi aja, dijadikan motivasi aja, jadi tergantung sama penontonnya, kalau aku positif". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas dengan Informan 1, ia menjelaskan bahwa bagi dirinya, konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl dianggapnya memunculkan dampak yang positif karena dapat memberikan motivasi. Namun ia turut menjelaskan bahwa pandangan tersebut bisa juga diartikan beda oleh yang lainnya. Lebih lanjut lagi, Informan 2 juga menyatakan hal yang serupa : "Kalau negatif atau positif, kalo aku positifnya itu jadinya kayak menimbulkan rasa kayak wah gue harus bekerja keras ini supaya gue bisa merasakan bagaimana indahnya punya duit yang bisa kita jadi misal tempat tidur ukuran duit kita yang kita bekerja itu. Kalo misalkan negatifnya itu maksudnya kayak orang untuk ya bagi melakukan ngomong kayak ih dia dapat uang sebanyak itu kerjanya apa ya gitu kan biasanya disangkutin dengan hal hal mistis atau enggak dia disangkutin sebagainya kalau misalkan dia perempuan yang bisa sebagai ani-aninya kan karena dia pamer tas mewah mobil mewah hand phone mewah ataupun ya barang barang pribadinya mewah seperti itu hani". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas, Informan 2 menjelaskan bahwa konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl dianggapnya sebagai konten yang membawa dampak positif. Hal ini kembali dijelaskan oleh Informan 2 karena dapat menjadi motivasi untuk dirinya sendiri untuk bekerja lebih keras untuk menikmati hasil uang yang didapatkan. Namun

ia kembali menegaskan bahwa bisa saja konten flexing tersebut bisa saja membawa dampak negatif. Dampak negatif yang dimaksud adalah pandangan masyarakat terhadap orang-orang yang suka melakukan perilaku flexing akan menimbulkan citra yang buruk. Lebih lanjut lagi, hal ini cukup berbeda pandangan dengan Informan 3 yang menganggap bahwa konten flexing akan membawa dampak yang negatif. Berikut penjelasannya : "Karena menurut aku flexing yang tanpa diiringi motivasi atau edukasi buat gimana cara mendapatkannya itu sama aja hal nggak berguna sih kak maksudnya kayak karena nggak semua yang menggunakan media sosial itu orang-orang yang mampu seperti mereka yang melakukan flexing karena pasti akan ada timbul iri itu apa terus ada rasa sedihnya pasti orang-orang yang penontonnya kurang mampu. Terus dia bakal merasa bahkan 41 bakal ngerugiin dirinya sendiri karena bakalan jadi pikiran kediri dia sendiri sama ke orang lain bahkan, mungkin kalau misalnya dia masih di bawah umur dia melihat konten flexing tentang misalnya seperti mainan mobil gitu dia minta orang tuanya dengan mungkin memaksa orang tuanya kan jadi tekanan orang tuanya gitu". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, ia menjelaskan bahwa konten flexing yang diunggah pada akun Instagram @siscakohl tentunya akan membawa dampak yang negatif jika tidak diiringi dengan motivasi dan edukasi akan menjadi tidak berguna. Ia juga menjelaskan bahwa dampak negatif tersebut bisa dicontohkan dengan anak-anak dibawah umur yang akan menekan orang tua untuk membelikan sesuatu dengan cara yang memaksa. Tidak jauh berbeda, Informan 4 juga mengatakan hal yang serupa. Berikut penjelasannya : "Iya jadi aku ngerasa kayak ih apa sih aku pengen kayak dia cuma aku tuh cape jualan kayak gini tapi enggak enggak kayak dia kayak dia gitu loh jadi kadang kadang aku tuh merasa iri juga orang bisa ya gampang banget dapat duitnya gampang banget nge hambur-hamburin duitnya kaya gitu sih". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas, ia menjelaskan bahwa konten flexing yang diunggah

oleh akun Instagram @siscakohl membawa dampak negatif untuk dirinya sendiri. Ia juga menegaskan bahwa sesuai dengan latar belakang profesinya sebagai penjual makanan, ia merasa lelah dan sulit mencari uang, namun konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl menampilkan dirinya sedang menghambur- hamburkan uang sehingga ia merasa hal tersebut berdampak negatif. Pada rangkuman tabel di atas, mengungkapkan bahwa fenomena flexing atau perilaku memamerkan kekayaan di media sosial memiliki definisi, motif dan dampak yang berbeda-beda menurut keempat informan, flexing umumnya didefinisikan sebagai tindakan memamerkan harta atau gaya hidup mewah secara mencolok. Motif utama dari perilaku ini adalah untuk meningkatkan engagement, menarik perhatian serta membangun branding di media sosial. Penelitian ini mengkaji konsep "flexing" dalam konteks hubungan sosial, khususnya terkait dengan fenomena Instagramxiety. Flexing diartikan sebagai tindakan instingtual yang muncul dari perasaan ketidakamanan individu dan mendorong mereka untuk menonjolkan apa yang dianggap lebih superior dari orang lain. Istilah ini merujuk pada perilaku memamerkan kekayaan atau kemewahan, yang semakin meluas dengan adanya media sosial. Dalam konteks media sosial, flexing menjadi sebuah kebiasaan yang memungkinkan individu untuk mendapatkan pengakuan atau perhatian dari orang lain dengan memamerkan kepemilikan mereka, seperti pakaian mahal, perjalanan mewah, atau barang-barang mewah lainnya. Keempat informan dalam penelitian ini memberikan definisi flexing yang cukup seragam, menggambarkannya sebagai tindakan membanggakan atau memamerkan sesuatu secara berlebihan, terutama melalui konten yang diposting di Instagram.

42 Tabel 4.4 Flexing Dimensi Rahma (Informan 1) Rani (Informan 2) Naura (Informan 3) Sarah (Informan 4) Definisi Flexing Mendefinisikan bahwa flexing merupakan tindakan membanggakan atau memamerkan sesuatu. Menjelaskan bahwa flexing adalah perilaku yang sengaja direkan untuk dipamerkan pada media sosial Instagram. Flexing merupakan tindakan memamerkan harta yang berlebihan. Menekankan bahwa flexing adalah upaya untuk menunjukkan harta dan gaya hidup mewah yang mencolok. Motif

Flexing Memiliki tujuan untuk menaikkan engagement pada media sosial Instagram. Memiliki tujuan untuk menaikkan traffic pada media sosial Instagram. Menyebut bahwa flexing dilakukan untuk menunjukkan kemampuan finansial kepada orang lain. Berpendapat bahwa flexing adalah cara untuk memikat followers dengan menunjukkan kepemilikan harta yang dapat menarik perhatian. Dampak Konten Flexing Membangkitkan rasa motivasi agar bekerja lebih keras. Sebagai sumber motivasi untuk mencapai kesuksesan finansial. Flexing tanpa edukasi dapat merugikan karena tidak semua pengguna Instagram memiliki kemampuan finansial yang sama. Serta dapat memicu rasa iri. Menekankan bahwa flexing dapat menimbulkan perasaan negatif bagi mereka yang merasa sulit mendapatkan uang. Sumber: Olahan Peneliti. Motif di balik perilaku flexing bervariasi menurut pandangan keempat informan. Beberapa melihatnya sebagai cara untuk meningkatkan engagement atau branding pribadi, sementara yang lain menganggapnya sebagai hiburan atau bahkan bentuk pengelolaan tekanan mental. **42** Namun, dampak konten flexing tersebut dilihat dengan sudut pandang yang berbeda oleh para informan. Sebagian menganggapnya memberikan dampak positif, seperti memberikan motivasi atau inspirasi untuk bekerja lebih keras, sementara yang lain melihatnya sebagai sumber ketidakpuasan dan kecemburuan yang dapat memicu tekanan mental dan perasaan tidak berharga. Dalam konteks resiliensi online dan Instagram anxiety, konsep flexing menjadi relevan karena dapat memengaruhi kesejahteraan mental pengguna media sosial. Peningkatan kesadaran tentang dampak psikologis dari flexing, bersama dengan upaya untuk mengembangkan strategi pengelolaan emosi dan self-efficacy, dapat membantu individu mengatasi efek negatif dari konten yang mereka konsumsi di platform seperti 43 Instagram. Selain itu, pendidikan literasi digital yang menyeluruh juga penting untuk membantu pengguna mengenali dan mengatasi tekanan yang mungkin timbul dari paparan konten flexing. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang konsep flexing, baik dari sudut pandang definisi, motif, maupun dampaknya, memainkan peran krusial dalam upaya menjaga kesehatan mental dalam era media sosial yang terus berkembang.

Secara umum, interpretasi dan respon terhadap konten flexing dapat dipengaruhi oleh latar belakang serta situasi yang dialami oleh masing-masing informan. Keempat informan menyadari bahwa konten flexing yang beredar pada media sosial Instagram dapat membawa dampak negatif, Informan 3 dan 4 juga menjelaskan dampak tersebut bisa terkena pada pengguna media sosial Instagram yang kurang mampu atau anak-anak yang mudah terpengaruh oleh konten yang dilihat pada media sosial Instagram. Lebih lanjut, flexing sebagai fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial Instagram dapat mempengaruhi perilaku dan interaksi sosial serta bagaimana individu berusaha membentuk citra diri mereka di hadapan publik.

4.3. Resiliensi Online

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan beberapa pertanyaan yang terkait dengan resiliensi online yang dimiliki atau dirasakan oleh keempat informan. Resiliensi online sendiri ialah kemampuan, ketahanan dan juga ketangguhan seseorang dalam bersikap saat menghadapi konten-konten yang berbau negatif pada platform media sosial online termasuk didalamnya ialah media sosial Instagram. Adapun terdapat 7 faktor dimensi yang dapat menentukan ketangguhan bersikap atau resiliensi online yang dimiliki oleh keempat informan tersebut. **27** Ketujuh faktor tersebut adalah Regulasi Emosi, Pengendalian Impuls, Optimisme, Causal Analysis, sikap Empati, Self Efficacy dan Reaching Out.

4.3.1 Regulasi Emosi

Regulasi emosi sendiri, terutama dalam konteks resiliensi online, merujuk pada kemampuan seseorang untuk tetap tenang dan terkendali ketika dihadapkan oleh situasi-situasi sulit atau menantang di dunia maya. Hal ini mencakup keterampilan dalam mengelola berbagai jenis emosi yang muncul, mulai dari kecemasan dan kemarahan hingga kekecewaan dan kesedihan. Dalam penelitian ini, keempat informan memberikan gambaran yang seragam mengenai pentingnya regulasi emosi dalam menghadapi situasi online. Meskipun mungkin dengan variasi dalam pengalaman pribadi dan konteks penggunaan media sosial, mereka secara keseluruhan menegaskan bahwa kemampuan untuk mengendalikan respons emosional merupakan aspek yang krusial dalam menjaga kesejahteraan mental dan keseimbangan psikologis saat

berinteraksi dalam lingkungan digital. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi emosi sendiri merupakan keterampilan yang sangat dihargai dan dibutuhkan dalam era digital ini, di mana tantangan dan stimulasi emosional dari media sosial dan internet dapat sangat bervariasi dan intens. Keempat informan memberikan penjelasan terkait 44 situasi yang bisa dihadapi dengan regulasi emosi tersebut. Keempat informan hampir memberikan jawaban yang cukup sama. Berikut penjelasannya : "Mungkin kayak yang terlalu berlebihan gitu. Kadang bukan nggak nyaman sih, lebih kayak yaudahlah skip aja gitu, lebih kayak nggak mau lihat aja gitu". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara di atas dengan Informan 1, ia menjelaskan bahwa seringkali dihadapkan dengan situasi sulit yaitu terdapatnya rasa tidak nyaman dan aman saat sedang menggunakan media sosial Instagram. Namun, ia memberikan jawaban bahwa cara untuk mengelola emosinya adalah dengan melewatkan konten atau hal tersebut agar tidak berdampak yang sedemikian rupa pada dirinya. Sedangkan Informan 2 memberikan jawaban yang lebih spesifik. Berikut penjelasannya : "kita manusia itu enggak ada yang sempurna jadi, terpilah pilah lah dalam memeriksa media sosial karena dalam media sosial pun kita bakalan bisa dampaknya efeknya banyak banget. ya misalkan kita masuk kerja pasti di dunia kerja itu sosial media kita akan dilihat seperti itu sih". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara di atas dengan Informan 2, ia menjelaskan bahwa karakteristik setiap manusia itu berbeda-beda, jadi alangkah baiknya untuk bijak menggunakan media sosial Instagram dengan pintar memilah-milah konten apa yang akan dilihat atau di akses karena media sosial Instagram cukup memberikan dampak yang signifikan pada kehidupan nyata atau dunia kerja. Kemudian, Informan 3 memberikan jawaban seperti penjelasan berikut : "Aku mikir kayak jadi aku harus lebih berhati-hati gitu loh di umum kaya dari konten yang ini aja itu orang nggak suka gitu loh jadi aku lebih kaya memperdulikan pandangan orang terhadap aku gitu sih". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan

wawancara dengan Informan 3 di atas, ia menjelaskan bahwa saat menggunakan dan mengakses media sosial Instagram alangkah baiknya harus lebih berhati-hati karena ia cukup memikirkan atau memperdulikan padangan orang terhadap dirinya. Sedangkan Informan 4 memberikan jawaban untuk mengelola emosi nya sebagai penjelasan berikut : "Aku biasanya kalau misalnya aku udah ngerasa aku udah enggak nih sama konten ini biasanya aku lewatin aja sih daripada dampak mental ke aku kan ya, kaya gitu aja". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, ia menjelaskan jika sudah merasa tidak nyaman atau terlalu emosional pada konten yang dilihat atau diakses di media sosial Instagram, ia akan melewati konten tersebut dan mencari konten yang lain. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa itu adalah cara ia mengelola emosi nya dengan baik agar tidak berdampak yang signifikan pada kesehatan mentalnya.

4.3.2 Pengendalian Impuls

Pada faktor dimensi pengendalian impuls, keempat informan akan menjelaskan kemampuannya untuk mengontrol dorongan atau tekanan yang datang dari internal atau diri sendiri, mengacu pada seberapa efektif mereka dalam menahan keinginan untuk merespons secara impulsif terhadap situasi atau stimulus tertentu di lingkungan online. Semakin tinggi kemampuan mereka dalam menghadapi fenomena konten flexing yang diposting oleh akun Instagram @siscakohl, maka akan semakin tinggi pula skor level resiliensi online yang dimiliki oleh keempat informan tersebut. Keempat informan memberikan jawaban yang berbeda-beda terkait pendekatan mereka dalam mengontrol pengendalian impuls. Beberapa di antara mereka secara langsung mengambil tindakan untuk mengelola impulsivitas mereka, sementara yang lain mungkin tidak langsung bereaksi atau mungkin menghadapi kesulitan dalam mengendalikan impuls mereka. Adapun penjelasannya sebagai berikut: "Sebenarnya balik ke masing-masing ya. Ada yang bilang positif, ada yang negatif, tapi kalau kayak bagi aku, bilang negatif juga susah sih, tapi di aku sendiri aku nggak nerima. Maksudnya kayak aku skip aja gitu, jadi negatif kayaknya". (Informan

1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024) . Seperti kutipan wawancara Informan 1 di atas, ia menjelaskan bahwa fenomena konten flexing yang di posting oleh akun Instagram @siscakohl bisa dilihat dari berbagai sisi atau perspektif. Namun ia menjawab bahwa konten tersebut masuk kedalam kategori negatif dan Informan 1 juga mengontrol impuls yang ada pada dirinya dengan berusaha untuk tidak menerima atau menahan dampak negatif yang timbul dari konten tersebut. Lebih lanjut, Informan 2 menjelaskan ketidaksukaannya terhadap konten tersebut namun juga melihat sisi positifnya. Berikut penjelasannya : "Kalau negatif atau positif, kalo aku positifnya itu jadinya kayak menimbulkan rasa kayak wah gue harus bekerja keras ini supaya gue bisa merasakan bagaimana indahnya punya duit yang bisa kita jadi misal tempat tidur ukuran duit kita yang kita bekerja itu. Kalo misalkan negatifnya itu maksudnya kayak orang untuk ya bagi melakukan ngomong kayak ih dia dapat uang sebanyak itu kerjanya apa ya gitu kan biasanya disangkutin dengan hal hal mistis atau enggak dia disangkutin sebagainya kalau misalkan dia perempuan yang bisa sebagai ani-aninya kan karena dia pamer tas mewah mobil mewah hand phone mewah ataupun ya barang barang pribadinya mewah seperti itu hani". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Pada kutipan wawancara oleh Informan 2, ia lebih menjelaskan mengenai berbagai aspek yang timbul dari fenomena konten-konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Ia menjelaskan bahwa sisi positifnya orang akan dapat motivasi untuk bekerja lebih keras. Namun sisi negatifnya ia lebih menjelaskan bagaimana pandangan orang terhadap hasil konten flexing yang didapatkan oleh pemilik akun Instagram @siscakohl tersebut. Lebih lanjut, Informan 3 menjelaskan bahwa konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl dapat menimbulkan dampak negatif jika tidak diiringi dengan motivasi atau edukasi. Berikut penjelasannya : 46 "Karena menurut aku flexing yang tanpa diiringi motivasi atau edukasi buat gimana cara mendapatkannya itu sama aja hal nggak berguna sih kak maksudnya kayak karena nggak semua yang

menggunakan media sosial itu orang-orang yang mampu seperti mereka yang melakukan flexing karena pasti akan ada timbul iri itu apa terus ada rasa sedihnya pasti orang-orang yang penontonnya kurang mampu. Terus dia bakal merasa bahkan bakal ngerugiin dirinya sendiri karena bakalan jadi pikiran kediri dia sendiri sama ke orang lain bahkan, mungkin kalau misalnya dia masih di bawah umur dia melihat konten flexing tentang misalnya seperti mainan mobil gitu dia minta orang tuanya dengan mungkin memaksa orang tuanya kan jadi tekanan orang tuanya gitu” . (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, ia menjelaskan bahwa konten-konten yang diunggah bisa saja memiliki dampak yang positif jika diiringi dengan motif edukasi atau hal motivasi yang dapat mendukung konten tersebut. Karena jika tidak, maka konten tersebut salah satunya konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl dapat menimbulkan berbagai dampak baik ke diri Informan 3 maupun orang lain seperti timbulnya ciri-ciri perasaan Instagramxiety yaitu timbulnya perasaan iri. Lebih lanjut, Informan 4 menyatakan bahwa konten tersebut yaitu konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl menimbulkan dampak ke dirinya, berikut penjelasannya : ”Iya jadi aku ngerasa kayak ih apa sih aku pengen kayak dia cuma aku tuh cape jualan kayak gini tapi enggak enggak kayak dia kayak dia gitu loh jadi kadang kadang aku tuh merasa iri juga orang bisa ya gampang banget dapat duitnya gampang banget nge hambur-hamburin duitnya kaya gitu sih”. (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara oleh Informan 4 di atas, ia menjelaskan bahwa konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl cukup memberikan dampak yang signifikan terhadap dirinya. Ia kerap merasakan lelah dan iri saat melihat konten tersebut. Kedua perasaan tersebut adalah ciri-ciri awal dari Instagramxiety. 4.3.3. Optimisme Pada tahapan ini, keempat informan akan menjawab atau membuktikan bahwa mereka memiliki karakteristik seseorang yang tahan banting, yaitu mereka memiliki sifat optimis yang mempercayai

bahwa situasi sulit dapat diubah menjadi situasi yang lebih baik.

Keempat informan memberikan beragam jawaban yang mencerminkan pandangan mereka terhadap optimisme dan kemampuan untuk melihat sisi positif dalam situasi yang sulit. Sebagai contoh, Informan 1 mengungkapkan keyakinannya bahwa konten negatif dapat menjadi sumber motivasi yang memicu perubahan positif. Demikianlah penjelasannya: "Aku nangepnya lebih kayak, wih enak banget nih hidupnya. Gitu aja sih, abis itu udah. Kayak yang nggak aku ambil pusing terus kadang kalau misalnya emang lagi mood-nya jelek, kadang kayak misalnya dia kayak badannya bagus atau mulus, mukanya cantik, kayak gitu-gitu, jadinya kayak ngedorong aja, kayak, ya aku juga mau dong kayak gini, gitu-gitu aja sih". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024) . 47 Seperti kutipan wawancara Informan 1 di atas, ia menjelaskan bahwa saat melihat konten yang dianggapnya negatif, ia akan coba bangkit dan memiliki sifat optimis. Ia turut menjabarkan bahwa konten tersebut dapat mendorong dirinya untuk lebih bangkit dibandingkan terpukul akibat konten yang dilihatnya. Lebih lanjut lagi, Informan 2 menyatakan bahwa ia akan ambil langkah untuk melihat dari sisi yang lebih positif. Berikut penjelasannya : "Kalau untuk diriku sih dampaknya enggak ada ya, karena sesuatu yang negatif itu bakalan aku singkirkan dan aku cuma ngambil insight positifnya saja". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 2 di atas, ia menjelaskan bahwa konten negatif tidak berdampak pada dirinya karena ia akan langsung mengambil langkah tegas untuk menyingkirkan konten tersebut dan mengambil sisi positifnya saja. Sedangkan, informan 3 kurang memiliki karakteristik optimis yang tinggi dibandingkan dengan Informan 1 dan Informan 2. Berikut penjelasannya : "Aku juga sebagai kaum yang mendang-mending aku kaya tetap iri sih kalau kayak ko dia bisa ya gitu aku pengen gitu enggak enggak munafik juga kalo sebenarnya aku iri". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, ia menjelaskan bahwa ia tidak memiliki rasa atau karakteristik seseorang

yang optimis karena berpikir bahwa dirinya tidak bisa melakukan atau mendapatkan sesuatu yang orang lain dapatkan sehingga munculnya perasaan iri pada dirinya. Sedangkan menurut Informan 4, ia merasa seseorang yang memposting konten flexing membuat munculnya dampak negatif pada dirinya. Berikut penjelasannya : "Aku biasanya kalau misalnya aku udah ngerasa aku udah enggak nih sama konten ini biasanya aku lewatin aja sih daripada dampak mental ke aku kan ya, kaya gitu aja". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara dengan Informan 4 di atas, ia menjelaskan bahwa ia memiliki sikap yang optimis karena berusaha menghindari dampak negatif yang akan menyebabkan perasaan negatif pada dirinya.

4.3.4. Causal Analysis

Selanjutnya, keempat informan memberikan jawaban yang terfokus pada dimensi Causal Analysis, sebuah aspek penting dalam memahami resiliensi online. Dimensi ini menyoroti kemampuan informan untuk mengidentifikasi secara tepat apa yang menjadi pemicu dari suatu masalah yang muncul dalam kehidupan online mereka. Keempat informan menunjukkan kepekaan mereka dalam merespons pertanyaan peneliti terkait konten apa yang mereka akses di platform media sosial Instagram, serta bagaimana mereka merasakan perasaan yang tidak nyaman dalam konteks tersebut. Hal ini menunjukkan kedewasaan emosional dan keterampilan reflektif mereka dalam menghadapi tantangan online, serta kemampuan untuk mengaitkan pengalaman online dengan dampaknya pada kesejahteraan mental dan emosional mereka. Berikut penjelasannya : "Pernah, Kalau pertama, sebenarnya kalau misalnya dari nggak nyaman itu mostly dari orang ke aku, jadi kadang suka ada spam chat gitu kan, entah gimana pun itu dapet dari mana. Terus kalau misalnya dari konten- konten tuh jarang sih, soalnya aku, explore aku kan lebih banyak yang kayak, yang tadi kayak A Day In My life, terus outfit, tempat wisata, kayak gitu. Jadi kalau misalnya konten negatif di Instagram aku jarang sih, soalnya emang keseringan nyari nya kayak gitu, jadi yang keluarnya kayak gitu". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan informan

1 di atas, ia menjelaskan dengan tepat bahwa pemicu dari perasaan tidak nyaman atas dirinya adalah saat munculnya spam chat dari seseorang yang muncul ke akun pribadi media sosial Instagram Informan 1. Hal ini membuktikan bahwa pada dimensi Causal Analysis ia bisa untuk mengidentifikasi dengan tepat apa pemicu dari perasaan tidak nyaman yang timbul. Hal ini cukup sama dengan yang disampaikan oleh Informan 2, ia bisa mengidentifikasi dengan tepat terkait pemicu perasaan tidak nyaman yang timbul. Berikut penjelasannya : "Kalo enggak nyaman mungkin di bagian bullying fisik ya maksudnya kan banyak ya: kayak artis, selebgram banyak kayak kayak selebgram selebgram yang dia upload kalau misalkan dia banyak di-bully fisiknya kalau kalau udah mulai ke arah situ aku sedikit enggak suka sih". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 2 di atas, ia menjelaskan bahwa perasaan tidak nyaman tersebut muncul karena ia tepat untuk mengidentifikasi apa penyebabnya, yaitu komen bullying fisik yang dilontarkan seseorang ke orang yang lain. Lebih lanjut lagi, Informan 3 menyampaikan bahwa ia mengetahui penyebab dari perasaan tidak nyaman yang timbul akibat suatu konten. Berikut penjelasannya : "Aku tuh paling enggak nyaman sama konten yang sifatnya ria, pamer gitu lo kak karena kayak menurut aku nggak penting aja buat ditayangin di media sosial ya kayak bahkan itu kan penggunaannya umurnya ada yang dari masih di bawah umur gitu". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, ia menjelaskan bahwa ia tidak merasa nyaman dengan konten yang sifatnya ria atau pamer karena Informan 3 merasa hal tersebut tidak memiliki urgensi kepentingan untuk disebarluaskan pada media sosial Instagram. Hal ini membuktikan bahwa Informan 3 sama dengan Informan 1 dan Informan 2 bahwa ia tepat untuk mengidentifikasi dengan tepat pemicu dari suatu masalah yang dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman pada dirinya. Lebih lanjut lagi, jawaban yang dipaparkan oleh Informan 4 cukup memiliki kesamaan dengan Informan 3 yaitu perasaan tidak nyaman timbul karena melihat konten

yang masuk kedalam kategori flexing. Berikut penjelasannya : "Konten-konten biasanya itu di Instagram atau di TikTok gitu banyak ada konten konten orang bagi bagi cuma bagi baginya itu kayak dipamerin 49 kaya gitu atau kalau enggak konten konten orang yang apa sih namanya melihat buang buang duit atau gimana kayak gitu aja sih". (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas dengan Informan 4, ia menjelaskan bahwa konten-konten yang bertebaran di media sosial Instagram dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman pada dirinya, dan ia memiliki sifat dimensi Causal Analysis karena ia bisa dengan tepat mengidentifikasi pemicu dari masalah munculnya perasaan tidak nyaman yang dimiliki. Lebih jelasnya, ia tidak nyaman saat melihat konten-konten yang memiliki unsur pamer atau bersinggungan dengan uang yang dipamerkan atau ditunjukkan.

4.3.5. Empati

Pada dimensi ini, konsep resiliensi online menjelaskan bahwa sifat empati merupakan kemampuan yang dimiliki oleh keempat informan untuk secara mendalam merasakan dan memahami perasaan orang lain. Dalam konteks ini, kemampuan tersebut menjadi erat terhubung dengan pemahaman yang mendalam akan emosi dan psikologis yang dialami oleh seseorang. Tiap informan memberikan penjelasan yang berbeda-beda, menyumbang pada pemahaman yang lebih kaya dan komprehensif tentang fenomena ini. Berikut adalah beberapa penjelasan yang disajikan oleh masing-masing informan: "Kalo tanggapan aku sih sebenarnya, tergantung sama respon orangnya dulu, oke anggeplah si respon orangnya ini positif, nah aku itu tipe orang yang suka diskusi jadi kadang kalo aku ngeliat orang ngerespon satu hal jadi suka aku ajak diskusi gitu kaya ih iyaa ya bagus bagus gitu. Kalo respon nya udah kaya gitu kaya sedih terus tertekan kayanya aku bakal lebih kaya ngasih pengertian sih, kaya misal contohnya kaya ga semua hal yang ada di sosial media tuh harus dianggap serius, kaya gitu:gitu:aja:sih, 16 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas, Informan 1 hanya menjelaskan bahwa konten-konten yang beredar pada media sosial Instagram hanya akan membawa kepada dua kemungkinan dampak, yaitu dampak negatif

dan dampak positif. Ia tidak menjelaskan lebih lanjut bagaimana tingkat empati yang dimilikinya untuk orang lain. Yaitu ia akan memberikan pengertian kepada orang lain jika orang tersebut merasa tertekan saat melihat konten negatif pada media sosial Instagram. Berbeda dengan Informan 2 yang menjabarkan bagaimana perasaannya saat melihat konten yang berdampak negatif pada orang lain. Berikut penjelasannya: "Aneh banget sih bullying-nya gitu lah ya memang harus banget yaitu di-bully kalau aku kayak gitu, kalau sedih kayak misalkan bapak bapak diisengin di kontennya kayak misalkan iseng ya pokoknya yang ibaratnya kalau menurut aku itu isengnya jadi sedih terus kecewa kalau misalkan ada yang ngatain: tentang fisik apa, gitu sih kalo menurut aku". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Pada kutipan wawancara Informan 2 di atas, ia menjabarkan bahwa saat ada konten negatif yang muncul pada media sosial Instagram ia merasakan perasaan sedih 50 kepada orang lain yang ikut berdampak oleh konten tersebut. Hal ini membuktikan bahwa Informan 2 cukup mempunyai kemampuan untuk merasakan dan memahami perasaan orang lain. Hal ini cukup sama dengan Informan 3 yang menjelaskan kekhawatirannya terhadap dampak yang akan ditimbulkan dari konten negatif pada media sosial Instagram. Berikut penjelasannya : "Menurut aku nggak penting aja buat ditayangin di media sosial ya kayak bahkan itu kan penggunaanya umurnya ada yang dari masih di bawah umur gitu". (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas dengan Informan 3, ia menyebutkan bahwa konten-konten negatif seharusnya tidak penting untuk tayang dan beredar pada media sosial Instagram karena hanya akan membawa dampak yang negatif pada seseorang yang masih di bawah umur. Cukup sama dengan Informan 2, ia memiliki sikap empati yang tinggi karena dapat memahami toleransi terhadap orang lain. Lebih lanjut lagi, pernyataan dari Informan 4 juga cukup sama dengan Informan 2 dan Informan 3, ia menyebutkan bahwa dikhawatirkan adanya seseorang yang mental nya menjadi terganggu akibat konten negatif yang muncul. Berikut penjelasannya :

”Menurut aku juga konten konten kayak gitu tuh bikin mental orang tuh jelek namanya ada mental pengemis orang jadi pada minta minta itu kan karena konten itu gitu”. (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas dengan Informan 4, ia menjabarkan bahwa konten-konten di atas membuatnya dapat merasakan perasaan orang lain yaitu dikhawatirkan timbulnya seseorang yang akan menjadi mental pengemis. Hal ini membuktikan bahwa Informan cukup memiliki sikap empati yang tinggi kepada orang lain.

4.3.6. Self Efficacy

Pada dimensi Self Efficacy dalam konteks resiliensi online, dijelaskan bahwa seseorang, termasuk keempat informan ini, mereka harus yakin bahwa mereka memiliki kemampuan untuk mengatasi tantangan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Keberadaan Self Efficacy ini menjadi kunci dalam memandang kemampuan individu untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah yang dihadapi. Seseorang yang memiliki sikap Self Efficacy yang positif cenderung memiliki kemampuan untuk mengatasi hambatan dan menghadapi tantangan dengan lebih efektif. Dari rangkuman hasil penelitian, terlihat bahwa umumnya keempat informan menunjukkan tingkat Self Efficacy yang tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa mereka memiliki keyakinan yang kuat akan kemampuan mereka sendiri dalam mengatasi berbagai situasi yang mungkin timbul. Berikut ini adalah beberapa penjelasan lebih lanjut mengenai temuan tersebut: ”Kayak, aku, kalau aku sih lebih kayak kalau misalnya ini udah negatif, ya udah, aku tinggalkan aja ya gitu. Kayak aku skip ya gitu”. (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024). 51 Pada kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa Informan 1 memiliki sikap Self Efficacy yang tinggi karena ia mampu untuk menolak konten negatif untuk berdampak pada dirinya. Hal ini cukup memiliki kesamaan pada Informan 2 yang menyatakan bahwa ia mampu untuk menolak konten negatif. Berikut penjelasannya : ” Kalau aku sih enggak pernah berpikir yang negatif ya untuk hal tersebut karena aku selalu mencarinya itu balik dengan kalimat awalku aku bermain media sosial itu buat pertama ajang mencari informasi, kedua untuk mencari hiburan gitu seperti itu

sih ini kalau misalkan seperti negatif hal hal negatif itu aku alhamdulillah sampai sekarang belum pernah sih”. (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Pada kutipan wawancara di atas bersama Informan 2, ia menjelaskan bahwa tujuan ia menggunakan sosial media Instagram adalah untuk mencari informasi dan juga sebagai sarana hiburan. Jadi, menurut informan 2 jika ada konten negatif yang akan berdampak pada dirinya, ia akan menolak dengan cara tidak terlalu memikirkan dampak negatif yang terjadi. Hal ini cukup berbeda dengan Informan 3 yang merasa terdampak atas konten negatif namun ia tetap bisa percaya bahwa Informan 3 bisa memecahkan masalah yang terjadi. Berikut penjelasannya : ”lyaa kak dari konten-kontennya Sisca Kohl ini tuh bisa buat aku lebih jadi ke tekanan sih kak mikir kayak ini barangnya bagus banget gitu loh hmm pokoknya berpengaruh banget kalau ke aku sih kak. Kalau dari aku mungkin pesannya pesannya itu itu ambil aja sisi positifnya mungkin dia mungkin Sisca Kohl ini buat memotivasi kita gitu lo kak tapi dengan cara nunjukin hartanya jadi dia tidak menjerumuskan kayak harus kayak gini lho cara dapetin ini gitu terus, tapi ya balik lagi dipungkiri kita juga bakal ngerasa iri tekanan terus kayak hidupnya itu jadi yang kayak mikirin kaya kalo liat ada barang mewah lho ini yang dipunya sama dia lho mewah banget, tapi enggak jarang juga aku langsung scrolling”. (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, pada awalnya ia merasa tertekan dan merasakan perasaan yang sedih dan iri atas konten negatif yang ada pada media sosial Instagram yaitu konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Namun, ia mampu untuk memecahkan masalah tersebut dengan cara melewati konten tersebut. Informan 4 juga memiliki jawaban yang cukup mirip dengan ketiga informan lainnya. Berikut penjelasannya : ”Aku biasanya kalau misalkan ngeliat yang kayak gitu kan sedih ini aku sedih biasanya aku cari cari video video lain yang bikin aku semangat diri aku sendiri jadi biar aku enggak nge stuck aja gitu lho ngeliatin video itu jadi sedih gitu”.

(Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 4 di atas, ia menjelaskan bahwa saat melihat konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl cukup mempengaruhi dirinya seperti perasaan sedih. Namun ia cukup memiliki sikap Self Efficacy karena ia menyatakan bahwa ia akan melewati dan mencari konten yang lain agar dapat membangkitkan rasa semangat pada dirinya sendiri hingga akhirnya ia tidak berhenti pada perasaan negatif tersebut. 4.3.7 Reaching Out 52 Reaching Out, sebagai tahapan terakhir dari ketujuh dimensi Resiliensi Online, mencerminkan sebuah proses yang tidak jauh berbeda dengan konsep Self Efficacy. Di tahap ini, para informan berusaha mencapai suatu sikap yang menunjukkan tingkat resiliensi yang tinggi. Artinya, mereka berupaya untuk mengembangkan kemampuan untuk menghadapi tantangan dan mengatasi hambatan dengan cara yang adaptif dan efektif. Jawaban dari keempat informan menggambarkan upaya mereka dalam memahami dan menghadapi situasi yang mungkin menimbulkan stres atau kesulitan dalam konteks online. Dalam proses ini, mereka mungkin mencari dukungan dari orang lain, menggunakan sumber daya yang tersedia, atau mengembangkan strategi baru untuk mengatasi masalah. Berikut ini adalah beberapa jawaban yang disajikan oleh masing-masing informan, yang menggambarkan pendekatan dan strategi yang mereka gunakan dalam menghadapi situasi yang dihadapi: "Kalau misalnya ini udah negatif, ya udah, aku tinggalkan aja ya gitu". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024). Seperti kutipan wawancara di atas dengan Informan 1, dapat dinyatakan bahwa Informan 1 sudah memiliki sikap terhadap resiliensi online karena ia sadar jika hal-hal negatif yang dapat berdampak pada dirinya dalam dunia digital termasuk platform media sosial Instagram harus diambil langkahnya. Langkah yang Informan 1 tetapkan adalah dengan meninggalkan konten tersebut. Sama halnya dengan jawaban dari Informan 2, berikut penjelasannya: "Kalau aku apa ya anggepnya selalu ya positif ajalah dengan buat hiburan karena selama ini belum ada kan yang begitu, karena aku merasa Sisca Kohl ini dia juga sama sama

bekerja, sama sama membuat video gitu apalagi saya nonton juga sering nonton youtube-nya kan gitu. Jadi yaudah anggepnya positif aja biar ga lama-lama kesel di hati gitu”. (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 2, ia menyatakan bahwa video yang mengandung konten flexing pada akun Instagram @siscakohl tidak memberikan dampak yang buruk terhadap dirinya. Informan 2 menyatakan bahwa konten tersebut membawa dampak yang positif karena dianggap sebagai konten hiburan dan memiliki latar belakang yang sama dengan Informan 2 yaitu sama-sama sedang menjalani pekerjaan. Maka dengan ini, informan 2 termasuk kedalam seseorang yang memiliki ketangguhan dalam bersikap saat menggunakan media sosial Instagram. Lebih lanjut lagi, Informan 3 menyatakan bahwa setiap hal bisa diambil sisi positifnya. Berikut penjelasannya : ”Kalau dari aku mungkin ambil aja sisi positifnya mungkin dia mungkin Sisca Kohl ini buat memotivasi kita gitu lo kak tapi dengan cara nunjukin hartanya jadi dia tidak menjerumuskan kayak harus kayak gini lho cara dapetin ini gitu terus, tapi ya balik lagi dipungkiri kita juga bakal ngerasa iri tekanan terus kayak hidupnya itu jadi yang kayak mikirin kaya kalo liat ada barang mewah lho ini yang dipunya sama dia lho mewah banget”. (Informan 3, wawancara mendalam 27 Mei 2024). 53 Pada kutipan wawancara di atas, walaupun informan 3 sempat menjelaskan bahwa dampak yang timbul dari konten flexing pada akun Instagram @siscakohl itu negatif, namun ia tetap bisa melihat konten tersebut pada sisi yang positif. Hal ini dapat dinyatakan bahwa Informan 3 juga memiliki resiliensi online karena ketangguhannya dalam bersikap saat menghadapi konten-konten negatif pada media sosial Instagram khususnya fenomena konten flexing yang diunggah pada akun Instagram @siscakohl. Sama halnya dengan Informan 4 yang menyatakan hal serupa. Berikut penjelasannya : ”Aku biasanya kalau misalkan ngeliat yang kayak gitu kan sedih ini aku sedih biasanya aku cari cari video video lain yang bikin aku semangat diri aku sendiri jadi biar aku enggak nge stuck aja gitu

lho ngeliatin video itu jadi sedih gitu”. (Informan 4, wawancara mendalam, 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, ia menyatakan bahwa terkadang saat melihat konten tersebut akan terdampak perasaan yang sedih atau iri. Namun dengan diiringi sikap ketangguhan dalam bersikap saat menggunakan media sosial Instagram ia mengambil langkah dengan mencari video-video lain yang dapat menghibur sehingga tidak berhenti pada perasaan yang negatif. Maka sama halnya dengan Informan 1, Informan 2 dan Informan 3. Informan 4 juga memiliki resiliensi online karena ketangguhannya dalam bersikap saat menghadapi konten negatif yaitu konten flexing yang diunggah pada akun Instagram @siscakohl. Informan 1,2,3 dan 4 dalam penelitian ini menunjukkan tingkat resiliensi online yang bervariasi saat menghadapi konten negatif pada media sosial Instagram. Namun, secara keseluruhan mereka mampu mengidentifikasi pemicu masalah dan mengambil langkah-langkah yang efektif untuk mengatasi dampak negatif tersebut. Keempat informan memperlihatkan kemampuan yang baik dalam regulasi emosi, seperti melewati konten yang tidak nyaman atau memilah konten dengan bijak. Pengendalian impuls juga terlihat berbeda di antara para informan, dengan Informan 1 dan 3 merasa termotivasi oleh konten negatif yang dilihat dari pandangan yang berbeda. Sementara Informan 2 dan 4 berusaha menghindari atau mengendalikan impuls negatif tersebut. Tingkat optimisme juga bervariasi, dengan Informan 1 dan 2 mampu untuk melihat sisi positif dari konten negatif tersebut, sementara Informan 3 dan 4 lebih rentan terhadap perasaan negatif seperti iri dan tertekan. Analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa setiap informan mampu mengidentifikasi pemicu dari perasaan tidak nyaman yang berbeda, mulai dari spam chat hingga konten pamer kekayaan. Dimensi empati juga dapat dilihat bervariasi pada setiap informan. Seperti Informan 2 dan 3 yang menunjukkan keprihatinan tinggi terhadap dampak negatif konten pada orang lain. Self Efficacy pada keempat informan cukup tinggi, tercermin dari kemampuan keempat informan untuk menolah dan mengatasi dampak negatif

dari postingan flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Dalam hal Reaching Out, keempat informan mencari konten hiburan yang positif dan menghindari konten negatif tersebut. Hasil pada wawancara dengan keempat informan di atas menjelaskan bahwa jika dikaitkan dengan konsep resiliensi online dan konsep Instagramxiety mencakup kemampuan informan untuk mengelola emosi, mengontrol impuls, berpikiran positif, menganalisis penyebab masalah, menunjukkan empati, memiliki kepercayaan diri serta berani mengambil tindakan. Keempat informan penelitian ini menunjukkan berbagai tingkat kemampuan dalam setiap dimensi resiliensi online. Misalnya, Informan 3 dan 4 memilih untuk mengabaikan atau menghindari konten negatif untuk menjaga kesehatan mental mereka. Sementara Informan 1 dan 2 merasa termotivasi untuk bekerja lebih keras meskipun kadang muncul perasaan iri atau tidak nyaman. Fenomena Instagramxiety, yakni kecemasan yang timbul dari penggunaan Instagram, terlihat dalam perasaan iri dan tekanan yang dialami oleh informan saat melihat konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Instagramxiety ini dapat diperparah oleh ketidakmampuan mengelola emosi dan impuls, serta kurangnya optimisme dan self efficacy. Namun, dengan menunjukkan empati dan melakukan analisis penyebab masalah, individu dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi dampak negatif dari media sosial, sehingga meningkatkan resiliensi online mereka. Konsep resiliensi dan Instagramxiety ini saling terkait dalam memahami bagaimana pengguna media sosial dapat mengelola dampak emosional dari konten yang mereka konsumsi. Tabel 4.3 Dimensi Resiliensi Online Keempat Informan Deskripsi Rahma (Informan 1) Rani (Informan 2) Naura (Informan 3) Sarah (Informan 4) Emotion Regulation Menunjukkan kemampuan untuk mengelola emosi saat dihadapkan dengan konten flexing di Instagram Menekankan pentingnya memilah konten dengan bijak pada media sosial Instagram Mencoba untuk melihat dari pandangan lain dan mengambil sisi positif dari konten tersebut Memilih untuk melewati konten yang membuat mereka tidak nyaman Impulsive Control Secara langsung menghindari konten yang dianggap negatif Melihat terlebih dahulu sisi

positif dari konten tersebut dan jadi memiliki rasa ter motivasi untuk bekerja lebih keras Mengakui adanya dampak negatif dari konten flexing tersebut. Namun tetap berusaha untuk mengendalikannya hal tersebut Menyadari dampak negatif dari konten flexing tersebut, namun tetap berusaha untuk mengontrolnya. Optimism Dapat melihat sisi positif dari konten flexing tersebut namun tetap menunjukkan sikap optimisme nya untuk bangkit. Mampu melihat sisi positif dari konten tersebut. Namun bisa berpikir lebih jernih dan optimis saat Merasakan rentan terhadap perasaannya saat dihadapi oleh konten negatif seperti konten flexing tersebut. Hal Merasakan perasaan rendah diri dan cukup merasakan emosional saat dihadapkan dengan konten flexing 55 menghadapinya a. ini menunjukkan Informan 3 memiliki tingkat optimisme yang rendah. tersebut. Namun ia menjelaskan bahwa berusaha menghindarkannya hal tersebut. Casual Analysis Mampu untuk mengidentifikasi pemicu dari perasaan tidak nyaman yang muncul. Contohnya, spam chat yang muncul pada media sosial Instagram. Dapat mengetahui akibat dari perasaan tidak nyaman yang timbul. Contohnya, melihat konten yang mengandung unsur bullying fisik Merasa dapat mengetahui dengan tepat dari munculnya perasaan tidak nyaman yang timbul pada dirinya. Contohnya, terganggu akan konten yang mengandung unsur pamer atau flexing . Mampu untuk mencari tau akibat dari timbulnya perasaan tidak nyaman yang timbul. Contohnya, konten yang mengandung unsur memamerkan uang atau kekayaan. Empati Cenderung peduli akan perasaannya saat dihadapkan dengan konten negatif dan dampak pada dirinya. Namun ia menjelaskan lebih lanjut akan turut memberikan rasa empati nya yaitu memberikan pengertian ke orang lain saat ada yang merasa tertekan pada konten negatif. Rasa keprihatinan muncul terhadap orang lain saat dihadapi oleh konten negatif dan memiliki ketakutan akan dampaknya pada orang lain. Memiliki rasa cemas akan dampak yang ditimbulkan oleh konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl pada anak- anak dibawah umur. Takut akan mental masyarakat yang dapat memicu sifat 'pengemis' atau minta- minta saat dihadapk

an dengan konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Self Efficacy Informan 1 memiliki dimensi Self Efficacy yang tinggi karena dapat menunjukkan kemampuan untuk menolak konten flexing yang muncul. Informan 2 dapat menunjukkan dimensi Self Efficacy yang tinggi karena mampu untuk mengatasi dampak negatif yang muncul akibat konten flexing pada Instagram. Informan 3 tetap memiliki dimensi Self Efficacy yang tinggi karena tetap berusaha positif akan dampak- dampak yang timbul akibat konten flexing pada Instagram Informan 4 tetap memiliki dimensi Self Efficacy karena berusaha untuk tidak terjebak dalam perasaan negatif akibat konten flexing pada Instagram 56 Reaching Out Menunjukkan tindakan aktif untuk mencapai resiliensi online dengan cara menghindari konten flexing yang timbul. Melakukan tindakan aktif untuk mencapai resiliensi online dengan mencari konten hiburan lain yang lebih bermanfaat. Menunjukkan tindakan aktif untuk mencapai resiliensi online dengan cara berusaha berpikir positif atas konten flexing yang beredar. Melakukan tindakan aktif untuk mencapai resiliensi online dengan cara berusaha bangkit agar tidak terjebak pada perasaan sedih atau tertekan akan konten flexing yang beredar. Sumber: Olahan peneliti Secara umum, mayoritas dari keempat informan sudah memiliki resiliensi online. Hal ini ditunjukkan dari informan 1, informan 2 dan Informan 3 yang memiliki sikap pada dimensi optimisme. Sementara informan 3 berdasarkan wawancara belum memiliki sikap dimensi resiliensi online pada bagian optimisme. Hal ini ditunjukkan karena Informan 3 merasa cukup rentan akan dampak yang timbul pada perasaannya saat melihat konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Begitu juga dengan Informan 4 yang memiliki perasaan rendah diri akan dampak yang ditimbulkan. Di samping itu, faktor usia pada Informan 3 juga dapat memengaruhi hal tersebut karena psikologisnya, remaja berusia 18 tahun sedang dalam proses mencari identitas diri sehingga masih belum sepenuhnya mampu mengendalikan dirinya sendiri. Mayoritas informan berdasarkan pada wawancara yang telah dilakukan sudah memiliki sikap pada dimensi resiliensi online bagian empati. Namun

informan 1 belum memiliki sikap tersebut didasarkan pada hasil wawancara yang menjelaskan bahwa ia cenderung memperhatikan perasaannya terlebih dahulu akan dampak dari konten negatif yang beredar pada media sosial Instagram. Sikap empati terhadap orang lain juga memiliki dampak yang penting dalam meningkatkan resiliensi online, karena memungkinkan seseorang untuk memahami dan menanggapi perasaan orang lain dengan lebih baik. Secara khusus, konten yang berpotensi untuk menimbulkan dampak negatif seperti konten flexing dapat mempengaruhi emosi serta kesehatan mental dari penggunaannya. Namun, pengguna yang memiliki tingkat resiliensi online yang tinggi mampu mengelola dampak negatif tersebut dengan mencari sisi positif dan mengambil langkah-langkah yang dilakukan untuk melindungi kesehatan mental mereka dari terpaan Instagram anxiety. Jika dikaitkan pada resiliensi online kemampuan untuk mengidentifikasi pemicu perasaan tidak nyaman dan mengambil tindakan yang tepat adalah kunci dalam mengembangkan resiliensi online.

4.4. Uses & Effects

Pada hasil wawancara dengan keempat informan, mereka menjelaskan bahwa tujuan menggunakan platform media sosial Instagram adalah untuk mencari informasi 57 dan sebagai sarana hiburan. Tingkat konsumsi keempat informan dalam menggunakan media sosial Instagram cukup aktif dengan frekuensi waktu 60-90 menit per harinya. Lalu keempat informan menjelaskan bagaimana dampak konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Pada teori Uses & Effects, keempat informan akan menjelaskan bagaimana informasi yang beredar pada media sosial Instagram dapat diterima serta bagaimana efek atau dampak yang ditimbulkan dari menggunakan media sosial Instagram. Berikut penjelasan dari keempat informan : "Sejauh ini bisa sih. Kayak, ya udah aja. Ada, karena kan di Instagram, kayak aku bilang tadi, di Instagram tuh kayak jaga image banget kan, bahkan di Instagram sama real life tuh kadang suka beda banget kan. Jadi, kadang kita tuh suka tanpa sadar kayak maksakan diri sendiri itu buat kayak di kehidupan Instagram gitu loh. Jadi, kadang kayak gitu aja". (Informan 1, wawancara mendalam, 16 Mei 2024) . Pada kutipan wawancara di atas

dengan Informan 1, ia menjelaskan bahwa informasi-informasi yang beredar pada media sosial Instagram dapat diterima dengan baik. Lebih lanjut lagi, Informan 1 menjelaskan bahwa menggunakan media sosial Instagram dapat membuat dirinya terkadang memaksakan diri sendiri untuk menyaman hidup pada media sosial Instagram. Berbeda dengan Informan 2, ia menjelaskan konten yang beredar pada Instagram dapat diterima dengan baik dan bisa menjadi hiburan. Berikut penjelasannya: "Menurutku kontennya itu malah lucu gitu kayak misal dia mandi uang gitu kayak memang kalau mandi uang beda kah rasanya dengan mandi air gitu kalau aku sih mikirnya seperti itu". (Informan 2, wawancara mendalam, 18 Mei 2024).

Pada kutipan wawancara dengan Informan 2 di atas, ia menjelaskan bahwa informasi yang diterima melalui media sosial Instagram contohnya konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl dapat diterima dengan baik. Lebih lanjut ia juga menjelaskan konten tersebut menjadi hiburan bagi dirinya karena dianggap unik. Hal yang sama juga dijelaskan oleh informan 3, berikut penjelasannya: "Kalo dari segi positifnya tuh mungkin kayak yang, yang mau edukasi mungkin ada konten kreator yang tentang beasiswa itu tuh kayak efek ke aku nya tuh aku jadi upaya rajin belajar terus aku juga nyari informasi informasi lebih tentang beasiswa gitu. Terus kalau negatif yang kayak tadi mungkin yang kayak efek nya jadi aku tuh jadinya kayak kalau ngelihat seorang punya harta mewah kaya apa ya barang mewah kaya pengen deh ini kan yang lagi viral yang disini-sini gitu" (Informan 3, wawancara mendalam, 27 Mei 2024).

Pada kutipan wawancara dengan Informan 3 di atas, ia menjelaskan jika konten pada Instagram dapat membawa dampak yang positif jika yang di posting yaitu edukasi mengenai konten kreator, contohnya ia suka menonton konten edukasi beasiswa yang diposting oleh konten kreator. Lebih lanjut lagi, ia menjelaskan konten di Instagram juga tidak dapat diterima dengan baik. Contohnya, jika ada konten yang menunjukkan 58 harta mewah karena membuat informan 3 menjadi menginginkan sesuatu. Tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh Informan 4,

berikut penjelasannya : "Di Instagram dapat sih dapat diterima dengan baik. Eh kalo dampaknya aku ya itu aja sih jadi aku iri jadi sedih juga jadi suka sebenarnya kalau yang kayak gitu sempat bikin putus semangat juga sih dampak akunya" (Informan 4, wawancara mendalam , 27 Mei 2024). Pada kutipan wawancara dengan Informan 4 di atas, ia menjelaskan bahwa konten yang beredar pada media sosial Instagram dapat diterima dengan baik. Namun terkadang juga dapat memberikan efek negatif seperti membuat perasaan sedih dan iri bahkan putus semangat. Dalam penelitian ini, teori Uses & Effects digunakan untuk memahami bagaimana informasi yang tersebar di media sosial Instagram diterima dan efek atau dampak yang ditimbulkannya. Dari hasil wawancara dengan keempat informan, terdapat beragam pandangan terkait hal ini. Informan 1 mengungkapkan bahwa informasi di Instagram bisa diterima dengan baik, namun terkadang pengguna merasa terpaksa untuk mencocokkan hidupnya dengan standar yang ada di platform tersebut. Sementara Informan 2 melihat konten Instagram sebagai hiburan yang lucu dan unik. Informan 3 mengakui bahwa konten edukasi di Instagram dapat memberikan dampak positif, namun juga menyebutkan bahwa konten yang menampilkan kemewahan bisa membuatnya iri atau menginginkan sesuatu yang sebenarnya tidak ia butuhkan. Sedangkan Informan 4 menunjukkan bahwa konten Instagram dapat diterima dengan baik, tetapi juga bisa membuatnya merasa sedih, iri, dan kehilangan semangat. Dari perspektif teori Uses & Effects, penggunaan media sosial dipengaruhi oleh kepentingan dan harapan individu untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Variabel seperti jumlah waktu, jenis isi media, dan hubungan antara individu dengan media memainkan peran penting dalam pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan media. Oleh karena itu, penting bagi pengguna Instagram untuk mempertimbangkan reaksi masyarakat dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan di platform tersebut memberikan manfaat tanpa menimbulkan dampak negatif. Tabel 4.5 Pengaruh Penggunaan Media Baru Dimensi Rahma (Informan 1) Rani (Informan 2) Naura (Informan 3) Sarah (Informan 4) Penerimaan Informasi Informasi yang

beredar di Instagram dapat diterima dengan baik. Namun, ada kecenderungan untuk menyesuaikan citra diri di Instagram dan pada kehidupan Informasi dari media sosial Instagram dapat diterima dengan baik dan menghibur. Informasi pada media sosial Instagram dapat diterima dengan baik, terutama konten edukatif seperti informasi beasiswa yang memotivasi Informasi yang beredar pada media sosial Instagram dapat diterima dengan baik, namun seringkali juga dapat memberikan efek emosional 59 nyata. untuk belajar lebih giat. yang kuat. Efek Positif Konten Instagram dapat memotivasi dan memberikan dorongan untuk bekerja lebih keras. Konten flexing dapat menjadi hiburan karena unik serta dapat memotivasi untuk bekerja lebih keras. Konten edukatif dapat memberikan informasi berharga dan motivasi untuk mengejar peluang seperti beasiswa. Dapat memotivasi agar lebih giat mengembangk an bisnis sesuai latar belakang profesinya. Efek Negatif Tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar media sosial Instagram yang menyebabkan memaksakan diri untuk hidup sesuai dengan citra yang ditampilkan pada media sosial Instagram sehingga menimbulkan stres. Adanya potensi padangan negatif dari masyarakat terhadap perilaku flexing yang akhirnya dapat menimbulkan citra baik bagi orang yang memamerkan kekayaannya. Konten flexing dapat menimbulkan rasa iri dan keinginan untuk memiliki produk-produk mewah, yang bisa membahayaka n diri sendiri dan orang lain. Konten negatif pada media sosial Instagram seperti konten flexing dapat menyebabkan perasaan iri, sedih dan putus semangat. Sumber: Olahan Peneliti. Dalam konteks temuan resiliensi online, berbagai jenis konten Instagram dapat memainkan peran signifikan dalam memberikan efek positif yang mendukung pengembangan sikap resiliensi. Konten Instagram yang memotivasi dan memberikan dorongan untuk bekerja lebih keras dapat meningkatkan Self Efficacy , yang merupakan salah satu dimensi dalam resiliensi online. Konten flexing, meskipun sering dilihat sebagai pamer, dapat berfungsi sebagai hiburan dan juga memberikan motivasi bagi individu untuk bekerja lebih keras dengan melihat pencapaian orang lain yang menginspirasi. Selain itu, konten

edukatif yang memberikan informasi berharga, seperti peluang beasiswa, dapat memperkuat resiliensi dengan menyediakan pengetahuan dan sumber daya untuk mengatasi hambatan dan mencapai tujuan akademis atau profesional. Konten yang memotivasi seseorang untuk lebih giat mengembangkan bisnis sesuai dengan latar belakang profesinya juga membantu mereka tetap resilien dalam dunia bisnis dengan memberikan contoh-contoh nyata dan inspirasi dari orang lain yang sukses dalam bidang yang sama. Secara keseluruhan, berbagai jenis konten di Instagram dapat menjadi sumber daya penting yang membantu individu mengembangkan resiliensi online dengan menyediakan motivasi, informasi, dan inspirasi untuk tetap positif, percaya diri, dan gigih dalam mencapai tujuan mereka meskipun menghadapi berbagai rintangan. 60 Secara umum, keempat informan dapat menerima informasi yang beredar pada media sosial Instagram dengan baik. Namun, keempat informan dapat mengalami dampak yang berbeda-beda pada konten yang beredar tersebut. Media sosial Instagram juga dapat menimbulkan dampak ganda pada keempat informan, baik positif ataupun negatif. Hal ini bergantung pada bagaimana konten tersebut dikonsumsi dan diinterpretasikan oleh keempat informan.

BAB V PENUTUP 5.1. Kesimpulan Peneliti akan merangkum kesimpulan dari data yang dikumpulkan dalam bab ini, di mana setiap babnya menjelaskan temuan penelitian. Peneliti menyusun ringkasan penelitian ini dengan menekankan tujuan utamanya, yaitu untuk menjelaskan resiliensi online pada remaja akhir (usia 18-21 tahun) terkait konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Objek penelitian ini adalah resiliensi online, sedangkan subjeknya adalah remaja akhir usia 18-21 tahun yang tinggal di kawasan sub-urban. Secara keseluruhan, penelitian ini membahas tentang ketahanan remaja akhir, usia 18-21 tahun, yang aktif menggunakan Instagram dan tinggal di pinggiran kota atau kawasan sub-urban. Hal ini dilakukan untuk memahami tingkat resiliensi online mereka terhadap konten flexing di akun Instagram @siscakohl. Selain itu, tingkat resiliensi online subjek penelitian ditentukan oleh faktor-faktor dalam dimensi resiliensi online seperti Regulasi Emosi, Pengendalian

Impuls, Sikap Optimisme, Analisis Situasi, Sikap Empati, Efikasi Diri, dan Keterlibatan Sosial. Penelitian mengenai resiliensi online pada remaja akhir usia 18-21 tahun yang tinggal di kawasan sub-urban masih jarang dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baru dalam bidang Ilmu Komunikasi. Peneliti belum menemukan penelitian sebelumnya yang menghubungkan tingkat resiliensi online remaja akhir di kawasan sub-urban dengan teori penggunaan dan dampak media. Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi baru bagi penelitian lain berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh. Untuk mencapai hasil dari penelitian ini, peneliti telah memilih subjek penelitian yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Lebih lanjut, peneliti melakukan wawancara dengan empat informan yang memenuhi kriteria remaja akhir usia 18-21 tahun yang tinggal di kawasan sub-urban seperti Bogor, Depok, dan Tangerang. Hal ini dilakukan karena penduduk di kawasan sub-urban memiliki karakteristik perubahan sosial yang berbeda, dengan perpaduan antara masyarakat pedesaan yang cenderung berubah secara bertahap dan masyarakat perkotaan yang lebih terbuka terhadap perubahan sosial. Selain itu, peneliti memilih remaja akhir usia 18-21 tahun karena penggunaan media sosial pada kelompok ini sangat penting untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, sebagaimana diindikasikan oleh data dari IDN Media Research Institute. Selain itu, subjek penelitian juga aktif menggunakan Instagram dengan frekuensi 60-90 menit per hari. Temuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan, yaitu bagaimana resiliensi online remaja akhir usia 18-21 tahun yang menggunakan Instagram merespons konten flexing pada akun @siscakohl. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat informan telah menunjukkan tingkat resiliensi online. Meskipun ada beberapa informan yang tidak sepenuhnya memenuhi ketujuh dimensi resiliensi online, namun secara keseluruhan mereka dapat dikategorikan sebagai remaja akhir usia 18-21 tahun dengan sikap resiliensi online. Hal ini didukung oleh mayoritas informan yang memenuhi mayoritas dari ketujuh dimensi tersebut

saat menghadapi dampak negatif dari dunia online. Secara kesimpulan, penelitian ini menunjukkan bahwa keempat informan telah menunjukkan sikap resiliensi online meskipun mereka mengalami perasaan seperti iri, sedih, atau tertekan, mereka tetap mampu mengidentifikasi pemicu, mengatasinya, dan bangkit dari perasaan tersebut.

5.2. Saran Temuan dalam penelitian ini menghasilkan resiliensi online remaja akhir usia 18- 21 tahun pengguna aktif Instagram saat melihat konten flexing yang diunggah pada akun Instagram @siscakohl. Hasil pada penelitian ini menunjukkan perbedaan sesuai dengan latar belakang baik usia serta profesi masing-masing informan. Sehingga dapat mempengaruhi bagaimana hasil interpretasi peneliti dalam topik-topik yang dicari. Namun, tidak dapat dipungkiri adanya keterbatasan penelitian sehingga membutuhkan penelitian lanjut di masa yang akan datang. Berikut saran dan masukan yang perlu dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada tingkat resiliensi online di platform media sosial Instagram. Diharapkan, penelitian selanjutnya dapat mengidentifikasi tingkat resiliensi online pada penggunaan media sosial lainnya. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif dengan teori utama uses & effects, sehingga pada penelitian selanjutnya dapat dikaji lebih dalam terkait penggunaan metode maupun teori. Terakhir, penelitian ini menggunakan subjek pada remaja akhir usia 18-21 tahun pada kawasan sub urban. Maka, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan subjek dengan generasi usia lainnya serta kawasan yang berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Pada temuan-temuan yang terkandung di dalam penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana tingkat ketahanan online remaja akhir usia 18-21 tahun pengguna aktif Instagram saat melihat konten flexing yang diunggah oleh akun Instagram @siscakohl. Lebih lanjut lagi, penelitian ini dapat memberikan wawasan guna upaya peningkatan literasi digital dan kesehatan mental pada platform media sosial Instagram serta memaksimalkan penggunaan media sosial Instagram untuk kebutuhan positif dan dapat



REPORT #22128113

mengurangi dampak negatifnya. 63



REPORT #22128113

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.83% jurnal.ar-raniry.ac.id https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/download/11080/6064	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.59% etheses.iainkediri.ac.id https://etheses.iainkediri.ac.id/7232/3/933515618_bab2.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.37% eprints.iainu-kebumen.ac.id http://eprints.iainu-kebumen.ac.id/1020/3/3.%20BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.34% simppm.drpm.uny.ac.id https://simppm.drpm.uny.ac.id/uploads/8636/laporan_akhir/laporan-akhir-863...	● ●
INTERNET SOURCE		
5.	0.34% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6591/11/11.%20BAB%20IV.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.25% digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/77047/3/3.%20SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAH...	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.22% manajemen.uma.ac.id https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-...	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.19% pojokpublik.id https://pojokpublik.id/maraknya-flexing-yang-mengancam-masa-depan/	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.18% jurnal.umj.ac.id https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JBK/article/download/19173/9587	●



REPORT #22128113

INTERNET SOURCE		
10.	0.15% openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id <i>https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/..</i>	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.14% repository.unika.ac.id <i>http://repository.unika.ac.id/21458/4/14.D1.0023%20TEDDY%20PARAMITA%207...</i>	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.14% jurnal.alimspublishing.co.id <i>https://jurnal.alimspublishing.co.id/index.php/simpat/article/download/225/199</i>	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.13% repository.uir.ac.id <i>https://repository.uir.ac.id/13599/1/189110277.pdf</i>	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.12% journals.usm.ac.id <i>https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb/article/download/3448/2431</i>	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.12% ejournal.mandalanursa.org <i>https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JIME/article/download/3494/3910</i>	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.12% repository.bsi.ac.id <i>https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/236881/001.-Perilaku-Penggu..</i>	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.12% www.bola.com <i>https://www.bola.com/ragam/read/5521373/5-jenis-penelitian-beserta-penjelas...</i>	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.12% repository.uinsaizu.ac.id <i>https://repository.uinsaizu.ac.id/19226/1/Skrispi%20Wisuda.pdf</i>	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.12% jkms.ejournal.unri.ac.id <i>https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/download/7471/6514</i>	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.1% www.academia.edu <i>https://www.academia.edu/108885226/Peran_Pengaruh_Acara_Dalam_Meningk..</i>	●



REPORT #22128113

INTERNET SOURCE		
21.	0.1% eprints.undip.ac.id http://eprints.undip.ac.id/40650/3/BAB_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.09% staffnew.uny.ac.id https://staffnew.uny.ac.id/upload/131623017/pendidikan/PENELITIAN+PENDIDI...	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.09% repository.uin-suska.ac.id https://repository.uin-suska.ac.id/17278/7/07.%20BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.08% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.08% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/18692/1/Dinda%20Artikah%20Batu...	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.08% repository.stkippacitan.ac.id https://repository.stkippacitan.ac.id/id/eprint/952/9/PGSD_ALIFUDDIN%20MASR..	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.08% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/13301/7/7.%20BAB%20II_2018661KI.pdf	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.07% ojs.stisipolp12.ac.id https://ojs.stisipolp12.ac.id/index.php/jik/article/download/41/44/141	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.07% www.gramedia.com https://www.gramedia.com/best-seller/flexing-adalah/	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.07% repository.iainponorogo.ac.id https://repository.iainponorogo.ac.id/489/2/LAYOUT%20Buku%20Kayyis_cetak...	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.07% binus.ac.id https://binus.ac.id/alumni/article/95/sukses-berkarir-dengan-mengenal-resilien...	●



REPORT #22128113

INTERNET SOURCE		
32.	0.07% repository.um-surabaya.ac.id https://repository.um-surabaya.ac.id/3135/3/BAB_2.pdf	●
INTERNET SOURCE		
33.	0.07% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4271/11/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
34.	0.06% www.gamedia.com https://www.gamedia.com/literasi/manfaat-media-sosial/	●
INTERNET SOURCE		
35.	0.06% www.kompasiana.com https://www.kompasiana.com/atakawarid1425/5b50a90d677ffb3ce2706924/ins...	●
INTERNET SOURCE		
36.	0.06% repository.unhas.ac.id http://repository.unhas.ac.id/17568/2/E022182009_tesis_bab%201-2.pdf	●
INTERNET SOURCE		
37.	0.06% repository.radenintan.ac.id http://repository.radenintan.ac.id/32587/1/SKRIPSI%20FITRIANI%20BAB%201%...	●
INTERNET SOURCE		
38.	0.06% jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/download/62...	●
INTERNET SOURCE		
39.	0.06% repository.uir.ac.id https://repository.uir.ac.id/15931/1/178110123.pdf	●
INTERNET SOURCE		
40.	0.06% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1254/6/16.%20Bab%204.pdf	●
INTERNET SOURCE		
41.	0.05% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/9197/4/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
42.	0.05% journal.untar.ac.id https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/download/21384/15896/7...	●



REPORT #22128113

INTERNET SOURCE		
43. 0.04%	repository-penerbitlitnus.co.id https://repository-penerbitlitnus.co.id/118/1/METODOLOGI_PENELITIAN_Model...	●
INTERNET SOURCE		
44. 0.04%	eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2019/G.311.19.0151/G.311.19.0151-...	●
INTERNET SOURCE		
45. 0.03%	repositori.uma.ac.id https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/20382/1/181804019%20...	● ●
INTERNET SOURCE		
46. 0.02%	elibrary.unikom.ac.id https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1558/8/11.%20UNIKOM_41815217_Dezar...	●
INTERNET SOURCE		
47. 0.01%	repository.uhn.ac.id https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/7423/DEA%20CHRIST...	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE	
1. 0.05%	eprints.iainu-kebumen.ac.id http://eprints.iainu-kebumen.ac.id/1020/3/3.%20BAB%20II.pdf
INTERNET SOURCE	
2. 0.01%	etheses.iainkediri.ac.id https://etheses.iainkediri.ac.id/7232/3/933515618_bab2.pdf