

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 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	<p>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 kawasan urban, dan menggunakan Instagram aktif setiap hari selama minimal 60 menit/hari.</p>	<p>Penelitian ini menyarankan 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 memberikan wacana bagi praktisi dan perancang platform media sosial untuk meningkatkan pengalaman positif pengguna dan mendukung pengembangan resiliensi online.</p>	<p>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 online remaja akhir.</p>
----	--	------------------------------	---	---	--	--

3.	<p>RESILIENSI (KETANGGUHAN DIRI) ONLINE SISWA SMP DITINJAU DARI GAYA KOMUNIKASI GURU DAN REGULASI MORALSISWAP ADA MASA PANDEMI COVID DI KOTA YOGYAKARTA/</p> <p>Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si. Lies Enderwati, SE. M.Si. Gilang Jiwana Adikara, S.I.Kom., Abidatu Lintang Pradipta Ari Sukmawati/2020</p>	Universitas Negeri Yogyakarta	Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan kuesioner	<p>1 . Mayoritas siswa SMP Yogyakarta memiliki resiliensi online tinggi (55,6%).</p> <p>2 . Sebagian besar siswa menganggap gaya komunikasi guru baik (51,5%).</p> <p>3 . Respon siswa terhadap regulasi moral umumnya tinggi (54,4%).</p> <p>4 . Terdapat keterkaitan positif antara resiliensi online dan gaya komunikasi guru, terutama siswa resiliensi tinggi dengan gaya komunikasi baik (36,7%).</p> <p>5 . Tidak ada hubungan antara ketahanan online dan aturan moral.</p>	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 terhadap gaya komunikasi guru, sedangkan penelitian kedua, yang berfokus pada resiliensi online remaja akhir terhadap konten flexing di Instagram.	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 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 mengani penelitian yang akan diteliti (Rada, 2020).

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. 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 penggunaanya, 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*, dimana 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 penggunaanya
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

Komunikasi merupakan metode untuk menyampaikan pesan kepada orang lain menggunakan berbagai media hingga tujuan yang diinginkan tercapai. 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 “komunikasi digital” 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. 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 dayanya 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. 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, 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. 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. Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan paling cepat adalah Instagram. 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 penggunaannya 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 disebarkan. 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. Pada penelitian kali ini, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer digunakan oleh remaja akhir usia 18-21 tahun.

2.2.5. 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. 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

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. Seorang perwakilan

dari Mental Health Foundation, Carl Strode, 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. 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 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).

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 menunjukkan 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). Belum banyak penelitian tentang Instagram karena merupakan salah satu media sosial dengan pertumbuhan tercepat. 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. 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. 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 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.
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. 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*

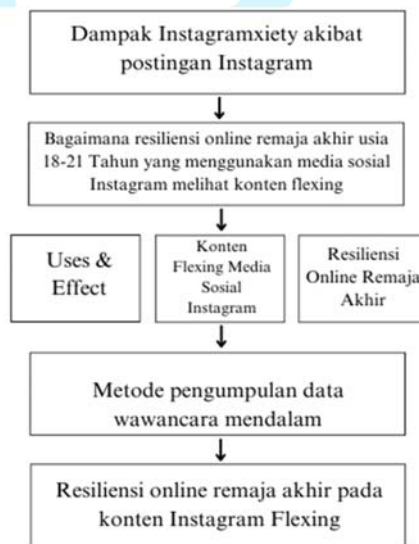
Ini adalah keyakinan bahwa kita dapat berhasil dan menemukan solusi untuk masalah. Keyakinan seperti ini biasanya ditemukan pada para pemimpin dan mereka yang memiliki keyakinan akan kemampuan mereka untuk menyelesaikan masalah.

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 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.

