

## **Membentuk Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial di Kota Makassar melalui Pendidikan dan Literasi Digital**

Sri Riski Wulandari, Irmawati Thahir

Universitas Negeri Makassar,  
Universitas Muhammadiyah Makassar  
[sri.riski.wulandari@unm.ac.id](mailto:sri.riski.wulandari@unm.ac.id)  
[irmawati@unismuh.ac.id](mailto:irmawati@unismuh.ac.id)

### **ABSTRAK**

Resiliensi merupakan kemampuan yang wajib dimiliki oleh pengguna media sosial. Resiliensi membantu masyarakat untuk dapat menghadapi berbagai tantangan dan efek dari media sosial. Kemampuan resiliensi yang memadai dapat membantu masyarakat untuk meminimalisir efek negatif dari penggunaan media sosial dan mendapatkan pengalaman yang cenderung positif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kemampuan resiliensi khalayak pengguna media sosial (Instagram dan Facebook) di kota Makassar dan pentingnya pendidikan serta literasi digital untuk membentuk resiliensi masyarakat. Penelitian ini bertempat di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *mix methods*, yaitu metode kuantitatif dengan jumlah sampel penelitian 236 orang (119 responden Instagram dan 117 responden Facebook) dan kualitatif dengan wawancara terhadap 3 (tiga) orang pakar/pegiat pendidikan dan literasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa resiliensi responden khalayak Instagram dan Facebook cenderung tinggi, yakni sebesar 66,4% pada responden Instagram dan 75,2% pada responden Facebook, sebanyak 33,6% responden Instagram dan 24,8% responden Facebook masih memiliki tingkat resiliensi yang rendah, serta pendidikan dan literasi digital menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk membentuk resiliensi masyarakat.

**Kata kunci:** resiliensi khalayak, media sosial, Instagram dan Facebook.

## PENDAHULUAN

Pada tahun 1990, Mark Poster menerbitkan bukunya yang penting, *The Second Media Age* yang menandai periode baru ketika teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya internet, dikatakan akan mengubah masyarakat (Holmes, 2012). Ide abad media kedua dimulai pada 1980-an dan memperkenalkan perubahan penting dalam teori media. Perubahan *pertama*, melonggarkan konsep "media" dari komunikasi "massa" menjadi berbagai media mulai dari yang sangat luas hingga cakupan yang cukup pribadi. Komputer pribadi, tablet, dan ponsel pintar adalah bagian besar dari perubahan ini. *Kedua*, konsep tersebut menarik perhatian pada bentuk-bentuk baru penggunaan media yang dapat berkisar dari informasi individual dan akuisisi pengetahuan hingga interaksi dalam sebuah masyarakat yang disebut sebagai "masyarakat jaringan". Era media kedua dalam istilah Poster dan Holmes tidak lain merupakan *New Media* yang lebih umum dikenal saat ini.

Salah satu bentuk aplikasi *New Media* yang populer di berbagai kalangan masyarakat adalah *Social Media* atau media sosial. Media sosial adalah medium berbasis jaringan yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Media sosial menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Hal ini sejalan dengan elemen utama media sosial sebagai alat yang komunikatif yang menjadi sarana berkomunikasi dengan publik, membentuk organisasi sosial bahkan menjadi alat kontrol (individu dan sosial) dalam kehidupan bermasyarakat, sarana aktivitas politik masyarakat, sampai pada sarana pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat.

Setiap media sosial memiliki karakteristik masing-masing, antara lain adanya keterbukaan dialog antarpengguna, dapat diubah dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu, media sosial juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Jika sebelumnya orang banyak berkomunikasi dengan melalui sms atau telepon, sekarang dengan adanya media sosial, orang-orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

Hal ini sejalan dengan ciri utama media sosial sebagai alat komunikatif untuk berkomunikasi dengan publik, pembentukan organisasi sosial serta sebagai alat regulasi bahkan menjadi alat kontrol dalam kehidupan bermasyarakat walaupun elemen ini tidak memiliki hubungan yang tetap satu sama lain karena tergantung pada keadaan, waktu dan tempat sehingga teknologi media digunakan berdasarkan kebutuhan (McQuail, 2010). Media sosial dianggap berpotensi memberikan pengaruh dalam perubahan sosial budaya berdasarkan konten media melalui

motivasi dan tindakan individu sehingga dampak dari media bisa memberikan efek baik ataupun buruk (McQuail, 2010).

Perkembangan pesat media sosial tentu tidak lepas dari efek positif maupun negatif yang mungkin ditimbulkan. Menurut Chaffle, efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan sikap, perasaan dan perilaku yang juga dikenal sebagai efek Kognitif, Afektif, dan Behavioral (Nurudin, 2009; Unde, 2015). *Pertama*, efek kognitif adalah efek yang berhubungan dengan kognisi atau pengetahuan khalayak, misalnya terkait pengetahuan dan informasi yang didapatkan melalui media sosial, serta perubahan yang terjadi pada ranah kognitif khalayak sebagai akibat penggunaan media sosial. *Kedua*, efek afektif berkaitan dengan potensi khalayak untuk turut merasakan berbagai macam perasaan yang tersedia atau beredar dalam media sosial yang mungkin didapatkan dari orang lain, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, empati, simpati, dan sebagainya. *Ketiga*, efek behavioral yang terkait dengan perilaku, tindakan, atau kegiatan khalayak, misalnya ajakan untuk menonton film tertentu atau memilih calon presiden tertentu yang beredar di media sosial hingga ajakan menjadi konsumen atau produsen dari berbagai iklan belanja produk yang tidak ada habisnya yang pada akhirnya mampu menggerakkan khalayak untuk menonton film tersebut, memilih calon presiden tersebut atau membeli maupun menjual berbagai macam produk yang telah dianggap sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan (bagian dari hidup) masyarakat.

Di sisi lain, sesungguhnya media sosial tidak beroperasi begitu saja, melainkan memiliki logika operasional berdasarkan kepentingan tertentu yang dijewantahkan melalui algoritma sistem media sosial. Akan tetapi, hal ini tentu masih patut dipertanyakan, terkait apakah algoritma tersebut betul-betul mengutamakan, bermanfaat dan berefek positif bagi khalayak atau bagi pemilik media, serta hal lain yang mungkin belum terungkap, misalnya terkait efek algoritma media sosial.

Media sosial telah mengambil tempat dan menyita perhatian masyarakat dalam proporsi yang cukup besar. Riset We Are Social bersama Hootsuite pada 2020 menunjukkan bahwa orang Indonesia menghabiskan waktunya untuk berinternet rata-rata selama 7 jam 59 menit/hari, dan rata-rata 3 jam 33 menit/hari untuk membuka media sosial. Media sosial menjadi bagian dari rutinitas masyarakat. Tentunya masyarakat dalam hal ini terkhusus khalayak pengguna media sosial harus siap terhadap berbagai efek dari penggunaan media sosial. Efek ini dapat sama ataupun berbeda pada masing-masing khalayak pengguna media sosial. Kemampuan resiliensi yang memadai adalah kunci untuk dapat menghadapi berbagai efek ini (termasuk efek yang mungkin ditimbulkan oleh sistem algoritma

media sosial), sehingga menghasilkan pengalaman yang cenderung positif dan meminimalisir efek dan pengalaman negatif.

Fakta terkait masih banyaknya khalayak pengguna media sosial yang tidak mampu mengidentifikasi dan membedakan informasi hoaks, mudah terpengaruh oleh ujaran kebencian yang tersebar luas, dan meyakini kebenaran suatu hal lebih kuat didasarkan pada keyakinan personalnya berdasarkan preferensi tertentu dibandingkan kenyataan sebenarnya, sampai kepada budaya konsumtif (yang kadang berlebihan atau tidak penting) mengindikasikan kemungkinan adanya permasalahan yang belum mampu diatasi oleh khalayak pengguna media sosial.

Hendriani melihat perkembangan cukup pesat dalam penelitian, pengajian dan pembahasan terkait resiliensi seiring kompleksitas yang dihadapi individu dan masyarakat, dan memberikan definisi bahwa resiliensi merupakan sebuah proses dinamis yang melibatkan peran berbagai faktor individual maupun sosial atau lingkungan, yang mencerminkan kekuatan dan ketangguhan/ketahanan seseorang dari pengalaman emosional negatif saat menghadapi situasi sulit yang menekan, suatu masalah, koping dan adaptasi positif pada kondisi tertentu yang dapat memengaruhi atau mengubah hidup, atau hal yang dengan hambatan signifikan (Hendriani, 2019).

Konsep tentang resiliensi pun berkembang sebagaimana kebutuhan manusia untuk bisa bertahan menghadapi segala tantangan dan efek aktivitas *online* tersebut, yang dikenal sebagai *online resilience*. Kemampuan dalam menilai dan memilah secara mandiri berbagai hal yang dapat berpengaruh dari dunia *online* sebenarnya adalah hal yang perlu dimiliki dan dikuasai individu sejak usia anak.

## Teori Resiliensi

### 1.1 Resiliensi dan *Online Resilience*

Resiliensi menurut Kaplan dkk., (1996) adalah kapasitas untuk mempertahankan kemampuan, untuk berfungsi secara kompeten dalam menghadapi berbagai *stressor* kehidupan, sedangkan Garmezy (1994) menyatakan bahwa resiliensi adalah keterampilan, kemampuan, pengetahuan, dan *insight* yang terakumulasi sepanjang waktu, dan tampak sebagai kekuatan individu untuk menghadapi berbagai macam tantangan atau kesulitan (Hendriani, 2019).

Grotberg juga menyatakan bahwa resiliensi adalah kemampuan untuk bertahan dan beradaptasi serta kapasitas manusia untuk menghadapi dan memecahkan masalah setelah mengalami kesulitan, sedangkan Runner dan Marshall menuliskan hal serupa bahwa resiliensi adalah kapasitas manusia yang natural untuk mengarahkan pada kehidupan yang lebih baik (Hendriani, 2019).

Seiring berkembangnya aktivitas masyarakat di dunia digital atau *online*, konsep tentang resiliensi pun berkembang sebagaimana kebutuhan manusia untuk

bisa bertahan menghadapi segala tantangan dan efek aktivitas *online* tersebut, yang dikenal sebagai *online resilience*. Przybylski, dkk., menyatakan bahwa *online resilience* adalah kemampuan individu untuk dapat beradaptasi dan bertahan secara akurat terhadap berbagai kondisi lingkungan yang sarat akan pengaruh, sehingga individu dapat lebih berdaya dalam menyaring dan merespon berbagai hal yang ditemui ketika berhadapan dan berinteraksi dengan teknologi digital atau dunia *online* (Hendriani, 2019).

Dimensi *online resilience* tidak berbeda jauh dari dimensi resiliensi secara umum, namun ada tambahan seperti *Media Digital Literacy* dan *Coping Strategy* yang lebih melengkapi dimensi resiliensi terkait aktivitas di dunia digital/*online*. Reivich dan Shatte (Hendriani, 2019) mengemukakan 7 faktor dimensi resiliensi yang perlu diupayakan dalam membantu individu untuk mampu resilien di dunia *online*, yaitu *emotion regulation*, *impulse control*, *optimism*, *causal analysis*, *empathy*, *self efficacy*, dan *reaching out*. Sementara itu, d'Haenens, dkk. pada 2013 dalam buku yang sama mengemukakan tiga faktor dimensi resiliensi yang dianggap penting dan harus dimiliki individu terkait *online resilience*, yaitu *digital literacy*, *emotional literacy*, dan *coping strategy*.

## 1.2 Sumber-Sumber Resiliensi

Menurut Grotberg (Hendriani, 2019) ada beberapa sumber dari resiliensi antara lain sebagai berikut:

- a) *I Have* (Sumber Dukungan Eksternal)
- b) *I Am* (Kemampuan Internal Individu)
- c) *I Can* (Kemampuan Sosial dan Interpersonal)

Penelitian ini penting dilakukan guna mengetahui, mempelajari dan menganalisis tingkat resiliensi khalayak pengguna media sosial (Instagram dan Facebook) di kota Makassar serta pentingnya pendidikan dan literasi digital sebagai bentuk perisai masyarakat/khalayak terhadap berbagai efek dan tantangan yang berasal dari aktivitas penggunaan media sosial.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *mix methods*, yaitu metode kuantitatif dan kualitatif. Sampel penelitian berjumlah 236 orang (119 responden Instagram dan 117 responden Facebook) serta 3 (tiga) orang pakar/pegiat pendidikan dan literasi digital. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, kuesioner (kombinasi pertanyaan tertutup dan semi terbuka), wawancara, dan studi kepustakaan. Analisis data melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear sederhana, statistik deskriptif dan analisis deskriptif.

Penelitian dilaksanakan di kota Makassar dengan mengambil jumlah populasi berasal dari jumlah masyarakat kota Makassar dalam rentang usia 15-34 tahun, sebagaimana hasil kajian literatur dan berbagai riset yang membuktikan rentang usia tersebut sebagai pengguna aktif media sosial.

Setelah penentuan jumlah sampel dilakukan, selanjutnya perlu dilakukan penarikan sampel untuk memperjelas klasterisasi sampel penelitian. Teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Cluster Random Sampling*. Kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian diklasterisasi dengan menghitung jumlah sampel berdasarkan kelompok usia dengan rumus:

$$n_i = \frac{nk}{N} \times n$$

Keterangan:

$n_i$  = Jumlah sampel per usia

$nk$  = Jumlah dari masing-masing kategori usia

$N$  = Jumlah populasi seluruh usia

$n$  = Jumlah responden sebanyak 236

No	Kelompok Usia	Sampel
1.	15 – 19 Tahun	61
2.	20 – 24 Tahun	77
3.	25 – 29 Tahun	54
4.	30 – 34 Tahun	44
Jumlah		236

Tabel 1 Tabel Sampling

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Tingkat Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Frekuensi, Durasi, dan Atensi

No	Kategori	Instagram		Facebook		Total	
		F	%	F	%	F	%
1	Rendah	13	11%	10	8,5%	23	9,7%
2	Sedang	95	79,8%	90	77%	185	78,4%
3	Tinggi	11	9,2%	17	14,5%	28	11,9%
Jumlah		119	100%	117	100%	236	100%

Sumber: Olahan Data Primer, 2021

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media sosial Instagram berdasarkan frekuensi, durasi, dan atensi yang paling tinggi berada pada kategori sedang dengan frekuensi 95 orang atau 79,8%. Sedangkan untuk media sosial Facebook, yang paling tertinggi juga berada pada kategori sedang dengan frekuensi 90 orang dengan persentase 77%.

Tabel 3. Tingkat Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial di Kota Makassar

No	Kategori	Instagram		Facebook		Total	
		F	%	F	%	F	%
1	Rendah	40	33.6%	29	24.8%	69	29.2%
2	Tinggi	79	66.4%	88	75.2%	167	70.8%
Jumlah		19	100%	117	100%	236	100%

Sumber: Olahan Data Primer, 2021

Tabel 3 di atas menunjukkan tingkat resiliensi khalayak pengguna media sosial (Instagram dan Facebook) secara total berdasarkan seluruh indikator yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil pada tabel, menunjukkan bahwa tingkat resiliensi khalayak pengguna media sosial Instagram berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 66,4%, namun dengan persentase yang juga cukup besar yakni sebanyak 33,6% responden masih memiliki resiliensi yang rendah. Sedangkan untuk media sosial Facebook, 75,2% responden juga berada pada tingkat resiliensi dalam kategori tinggi, dan 24.8% responden juga masih berada pada kategori resiliensi rendah.

Tabel 4. Tingkat Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial Instagram Berdasarkan Usia

No	Kategori	Usia				Total
		15-19 th	20-24 th	25-29 th	30-34 th	
1	Rendah	9	10	12	9	40
		22.5%	25.0%	30.0%	22.5%	100%
2	Tinggi	22	29	15	13	79
		27.8%	36.7%	19.0%	16.5%	100%
Total		31	39	27	22	119
		26.1%	32.8%	22.7%	18.5%	100%

Tabel 5. Tingkat Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial Facebook Berdasarkan Usia

No	Kategori	Usia				Total
		15-19 th	20-24 th	25-29 th	30-34 th	
1	Rendah	15	11	3	0	29
		51.7%	37.9%	10.3%	0.0%	100%
2	Tinggi	15	27	24	22	88
		17.0%	30.7%	27.3%	25.0%	100%
Total		30	38	27	22	117
		25.6%	32.5%	23.1%	18.8%	100%

Sumber: Olahan Data Primer, 2021

Tabel 4 dan 5 di atas menunjukkan tingkat resiliensi responden Instagram dan Facebook berdasarkan karakteristik usia responden. Berdasarkan hasil pada tabel media sosial Instagram menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah pada responden berusia 20-24 tahun yaitu sebesar 36.7% dengan kategori tinggi. Serta, pada usia 25-29 tahun dengan kategori tingkat resiliensi rendah sebesar 30,0%. Sementara untuk media sosial Facebook, persentase tertinggi sebesar 51,7% adalah responden dengan tingkat resiliensi rendah yaitu responden berusia 15-19 tahun. Begitupun persentase tertinggi kedua sebesar 37,9% adalah responden berusia 20-24 tahun yang juga dengan kategori resiliensi rendah.

Tabel 6. Tingkat Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial Instagram Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Kategori	Pendidikan Terakhir					Total
		SMP	SMA/ Sederajat	D3/ Sederajat	S1	S2	
1	Rendah	4	15	0	20	1	40
		10.0%	37.5%	0.0%	50.0%	2.5%	100%
2	Tinggi	8	41	3	26	1	79
		10.1%	51.9%	3.8%	32.9%	1.3%	100%
Total		12	56	3	46	2	119
		10.1%	47.1%	2.5%	38.7%	1.7%	100%

Tabel 7. Tingkat Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial Facebook Berdasarkan Pendidikan Terakhir



No	Kategori	Pendidikan Terakhir					Total
		SD	SMP	SMA/ Sederajat	D3/ Sederajat	S1	
1	Rendah	1	8	17	0	3	29
		3.4%	27.6%	58.6%	0.0%	10.3%	100%
2	Tinggi	0	5	47	1	35	88
		0.0%	5.7%	53.4%	1.1%	39.8%	100%
Total		1	13	64	1	38	117
		0.9%	11.1%	54.7%	0.9%	32.5%	100%

Sumber: Olahan Data Primer, 2021

Tabel 6 dan 7 di atas menunjukkan tingkat resiliensi khalayak media sosial (Instagram dan Facebook) berdasarkan pendidikan terakhir. Berdasarkan hasil pada tabel media sosial Instagram menunjukkan bahwa persentase terbesar yaitu 51,9% dengan kategori tingkat resiliensi tinggi yaitu responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat, disusul persentase tertinggi kedua yaitu kategori rendah justru datang dari responden dengan pendidikan terakhir S1 sebesar 50,0%. Sedangkan untuk media sosial Facebook, persentase terbesar tingkat resiliensi pada dua kategori tersebut berasal dari latar belakang tingkat pendidikan terakhir yang sama, yaitu SMA/Sederajat dengan persentase masing-masing sebesar 58,6% (kategori rendah) dan 53,4% (kategori tinggi).

Muh. Sahid, M.I.Kom. dari Lembaga Literasi Media NXG Indonesia menyatakan bahwa literasi perlu diajarkan sejak dini. Hal ini dikarenakan media sosial tidak lagi hanya dapat diakses oleh remaja atau orang dewasa, melainkan anak-anak pada tingkat Sekolah Dasar bisa mengakses dan terpapar oleh konten media sosial. Selain itu, Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom. (Dosen Fakultas Seni dan Desain UNM) yang merupakan salah satu informan pada penelitian ini menyatakan bahwa pendidikan adalah jalan membentuk resiliensi masyarakat, misalnya melalui pembentukan karakter yang dapat menghalau efek negatif dari media sosial.

Informan ketiga pada penelitian ini yaitu Nurjayanti, S.Sos., M.I.Kom (Dosen Universitas Negeri Makassar) menyatakan pendidik harus mengambil peran untuk memberikan pendidikan dan literasi digital kepada pelajar/mahasiswa maupun masyarakat, misalnya lewat Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilaksanakan sebab pendidikan adalah bagian dari literasi, begitupun sebaliknya, dan karena hal ini terkait dengan media sosial maka pendidikan dan literasi yang perlu diberikan adalah terkait pendidikan dan literasi digital

## **Kemampuan Resiliensi Khalayak Pengguna Media Sosial (Instagram dan Facebook) Kota Makassar**

Garmezy menyatakan bahwa resiliensi adalah keterampilan, kemampuan, pengetahuan, dan *insight* yang terakumulasi sepanjang waktu, dan tampak sebagai kekuatan individu untuk menghadapi berbagai macam tantangan atau kesulitan. Grotberg juga menyatakan bahwa resiliensi adalah kemampuan untuk bertahan dan beradaptasi serta kapasitas manusia untuk menghadapi dan memecahkan masalah setelah mengalami kesulitan. Sedangkan Runner dan Marshall menuliskan hal serupa bahwa resiliensi adalah kapasitas manusia yang natural untuk mengarahkan pada kehidupan yang Lebih baik (Hendriani, 2019).

Seiring berkembangnya aktivitas masyarakat di dunia digital atau *online*, konsep tentang resiliensi pun berkembang sebagaimana kebutuhan manusia untuk bisa bertahan menghadapi segala tantangan dan efek aktivitas *online* tersebut, yang dikenal sebagai *online resilience*. *Online resilience* adalah kemampuan individu untuk dapat beradaptasi dan bertahan secara akurat terhadap berbagai kondisi lingkungan yang sarat akan pengaruh, sehingga individu dapat Lebih berdaya dalam menyaring dan merespon berbagai hal yang ditemui ketika berhadapan dan berinteraksi dengan teknologi digital atau dunia *online* (Przybylski, dkk., 2014 dalam Hendriani, 2019).

Jika dahulu kebutuhan seperti yang ditunjukkan oleh Hirarki Kebutuhan Maslow dapat dipenuhi dengan kerja keras dan melalui proses yang panjang, saat ini, kebutuhan tersebut sebagian besar dapat terpenuhi (sebagian bersifat semu) melalui media sosial. Orang-orang bisa mengaktualisasikan dirinya dengan satu buah gambar yang *diposting* di Facebook atau Instagramnya. Orang-orang bisa merasa mendapatkan penghargaan lewat pujian-pujian di kolom komentar untuk sebuah *postingan* di akun media sosialnya. Tidak membutuhkan waktu yang lama dan tenaga yang besar untuk bisa “memenuhi” puncak kebutuhan tersebut. Akan tetapi, sebagaimana yang diketahui bahwa keinginan dan kebutuhan yang tidak terpenuhi dapat mengakibatkan munculnya berbagai masalah pada individu, baik itu masalah emosional, fisik, kesehatan, dan sebagainya. Kemunculan media sosial yang telah menjangkau ranah privat individu menjelma menjadi kebutuhan serta menyajikan berbagai hal yang “menggiring kebutuhan khalayak”, dan hal ini membuat potensi masalah tersebut semakin dekat dengan individu. Jika seseorang tidak memiliki kemampuan resiliensi yang memadai, maka efek tidak terpenuhinya harapan (keinginan dan kebutuhan) tersebut dapat bersifat merugikan individu dan berdampak buruk pada berbagai aspek kehidupan individu. Kemampuan resiliensi yang memadai akan membantu individu untuk *survive* dari efek-efek negatif yang menimpa individu.

Pada penelitian ini, peneliti menambahkan dua indikator lainnya yaitu terkait ketahanan khalayak terhadap pengaruh konten-konten yang mereka konsumsi di media sosial mereka, dan resiliensi terkait kecenderungan tindakan mereka terhadap rekomendasi-rekomendasi yang ditawarkan pihak media sosial. Peneliti telah mencoba melakukan riset terkait indikator-indikator resiliensi pada 119 responden media sosial Instagram dan 117 responden media sosial Facebook.

Indikator pertama yaitu terkait tingkat kemampuan resiliensi responden dalam hal literasi media. Peneliti mengajukan tujuh pertanyaan pada indikator ini, antara lain terkait kemampuan khalayak dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial, kemampuan literasi informasi, serta pengetahuan-sikap-tindakan responden terhadap data privasi mereka dan kebijakan privasi yang berlaku pada masing-masing media sosial. Berdasarkan total nilai keseluruhan, yang kemudian diklasifikasi sebagai tingkat literasi media khalayak pengguna, didapatkan hasil seperti di atas bahwa 79,0% responden media sosial Instagram, memiliki tingkat literasi media dalam kategori tinggi, namun masih ada sebesar 21,0% responden yang memiliki tingkat literasi media yang masih rendah. Begitupun pada media sosial Facebook, 63,2% responden juga termasuk memiliki kemampuan literasi media dengan kategori tinggi, namun masih ada sebanyak 36,8% responden yang memiliki kemampuan literasi media yang masih rendah. Pilihan jawaban responden, secara lebih rinci menunjukkan sebagian besar responden memiliki kemampuan literasi dasar terkait pembuatan akun media sosial serta kemampuan untuk dapat memanfaatkan media sosial untuk berbagai kepentingan/kebutuhan mereka. Jawaban yang cukup bervariasi adalah terkait kemampuan responden dalam membuat konten positif dan membagikan hal-hal bermanfaat. Akan tetapi, jawaban dengan persentase yang masih tergolong rendah ditemukan pada kemampuan khalayak untuk membedakan informasi/berita benar dan salah/palsu/hoax di media sosial. Kemudian, terkait kemampuan literasi media dalam hal literasi informasi khalayak, peneliti mendapati resiliensi yang cenderung positif yakni responden menyatakan mereka cenderung mengecek tentang berita/informasi tersebut di sumber lain ketika mendapatkan sebuah informasi dari media sosial Instagram. Namun masih ada juga responden yang menyatakan langsung membagikan informasi yang didapatkan jika merasa atau menganggap berita itu benar, hal ini terutama pada responden media sosial Facebook, sebagian besar responden justru menyatakan hal demikian. Data lanjutan yang diperoleh adalah sebagian besar responden Instagram menyatakan bahwa yang membuat mereka menganggap atau yakin suatu berita/informasi yang mereka lihat/baca itu benar berdasarkan hasil memeriksa dan mengecek kembali informasi/berita itu dari sumber yang beragam/bermacam-macam. Namun, di sisi lain masih ada pula yang menyatakan hanya mengikuti insting mereka karena merasa itu benar. Pada media sosial Instagram, sebagian besar responden cenderung memeriksa kembali

informasi yang mereka dapatkan pada bermacam-macam sumber lain, hal ini cukup berbeda dengan responden pada media sosial Facebook yang cenderung memeriksa hanya pada 1 atau 2 sumber lain yang mereka percayai, dan bahkan dengan persentase yang lebih tinggi dan jumlah yang lebih besar peneliti dapati pada responden Facebook terkait pernyataan dan jawaban bahwa mereka meyakini kebenaran dari informasi yang *dishare* atau dibagikan berdasarkan mengikuti insting mereka karena merasa informasi/berita itu benar.

Hal ini menunjukkan belum maksimalnya kemampuan literasi media responden dan belum adanya konsistensi dalam resiliensi responden selaku khalayak media sosial Instagram dan Facebook dalam aktivitasnya menggunakan media sosial.

Data selanjutnya berdasarkan indikator yang ditambahkan oleh peneliti adalah resiliensi responden terkait ketahanan mereka terhadap pengaruh-pengaruh konten media sosial. Yang dimaksudkan dengan tingkat ketahanan rendah apabila responden menyatakan atau memilih jawaban bahwa efek yang ditimbulkan oleh pengaruh konten yang menerpa mereka secara berulang-ulang tersebut berefek negatif terhadap mereka, sedangkan ketahanan dengan kategori tinggi berarti khalayak mampu mengalami pengalaman yang efeknya berdampak positif terhadap mereka. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 63,0% responden Instagram mampu mengambil dan mengalami efek positif dari konten-konten media sosial mereka, namun angka yang juga cukup besar yaitu 37,0% responden menyatakan konten-konten tersebut berdampak negatif atau mereka mengalami pengaruh negatif akibat konten-konten media sosial yang mereka konsumsi. Adapun untuk media sosial Facebook, 76,1% responden mampu mengadopsi dan mengalami efek positif dari konten-konten media sosial mereka, dan masih ada 23,9% responden yang mengalami dampak/pengaruh negatif akibat konten-konten media sosial yang mereka konsumsi.

Persentase efek yang dialami responden terlihat berbeda-beda. Efek atau pengaruh tersebut pun berada pada level yang berbeda-beda. Ada efek yang hanya sekedar pada ranah kognitif khalayak, ada pula yang sampai memengaruhi sikap mereka, bahkan ada yang terpengaruh sampai pada ranah behavioral atau perilaku mereka sehari-hari. Hal ini dimungkinkan oleh karakteristik dan kondisi masing-masing responden. Jika pada abad lampau, para peneliti percaya pada “peluru ajaib” yaitu individu diyakini sangat terpengaruh oleh pesan-pesan media karena media dianggap sangat kuat dalam membentuk opini masyarakat, Raymond Bauer justru menyatakan bahwa audiens sulit untuk dibujuk dan bahkan menyebutnya dengan “keras kepala” atau “kepala batu”. Bauer menolak gagasan pengaruh model jarum suntik dan menyatakan bahwa banyak variabel yang berinteraksi untuk membentuk pengaruh pada individu (Littlejohn dan Foss, 2011).

Dalam *uses and gratifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan individu, sementara pada *uses and effects*, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.

A. Rubin dan Windahl menjelaskan proses dari unsur-unsur tertentu dalam sistem media yaitu sistem itu sendiri, struktur masyarakat dan perbedaan individu yang mengakibatkan motif pribadi menyebabkan orang menggunakan dan bergantung pada media. Semakin banyak ketergantungan pada media, semakin banyak kemungkinan bahwa media memiliki efek pada audiens (Jennings and Thompson, 2002).

Asumsi dasar dari teori ini lebih menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Efek yang ditimbulkan dapat berbeda pada masing-masing individu berdasarkan berbagai faktor internal dan eksternal individu. Sebagaimana Joseph Klapper mengembangkan tesis bahwa komunikasi massa tidak langsung menyebabkan pengaruh pada audiens, tetapi termediasi oleh variabel-variabel lain, dan media adalah salah satu faktor pendukung itu. Hal ini cukup senada dengan teori terkait selektivitas individu *personal/individual selectivity theory* yang menyatakan bahwa pengaruh pada audiens dimediasi oleh selektivitas mereka untuk memilih sikap terhadap situasi/informasi/konten yang ingin diakses dan didapatkan.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil olah data dari total seluruh indikator yang telah ditetapkan, menunjukkan bahwa tingkat resiliensi khalayak pengguna media sosial Instagram berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 66,4%, namun dengan persentase yang juga cukup besar yakni sebanyak 33,6% responden masih memiliki resiliensi yang rendah. Sedangkan untuk media sosial Facebook, 75,2% responden juga telah memiliki tingkat resiliensi dengan kategori tinggi, dengan 24,8% responden yang masih berada pada kategori resiliensi rendah.

Data hasil penelitian juga menunjukkan persentase tingkat resiliensi responden berdasarkan berbagai latar belakang personalnya, antara lain yang *pertama* tingkat resiliensi responden media sosial Instagram berdasarkan usia. Persentase terbesar (36,7%) yaitu pada responden berusia 20-24 tahun dengan tingkat kuasa algoritma cenderung tinggi, kemudian pada responden berusia 25-29 tahun dengan tingkat resiliensi responden cenderung rendah (30,0%), responden berusia 15-19 tahun dengan tingkat resiliensi yang memiliki persentase relatif sama untuk kedua kategori tingkatan, namun cenderung tinggi (27,8%), sedangkan pada usia 30-34 tahun memiliki tingkat resiliensi yang cenderung rendah (22,5%).

Adapun untuk media sosial Facebook, 51,7% responden berusia 15-19 tahun memiliki tingkat resiliensi yang cenderung rendah, pada responden usia 20-24 tahun 37,9% responden memiliki tingkat resiliensi yang juga cenderung rendah, namun dengan angka yang cukup besar juga sebanyak 30,0% responden pada usia yang sama memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi. Responden berusia 25-29 tahun sebanyak 27,3% juga memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi, begitupun pada responden dengan usia 30-34 tahun pada media sosial Facebook juga memiliki resiliensi yang cenderung tinggi (25,5%).

Peneliti kemudian mencoba untuk menganalisis berdasarkan data yang telah ditemukan terkait tingkat resiliensi responden. Pada media sosial Instagram, responden yang memiliki resiliensi cenderung tinggi adalah responden yang berasal dari usia 15-19 dan 20-24 tahun (15-24 tahun), dalam hal ini merupakan dua kategori usia yang sebelumnya termasuk responden dengan tingkat penggunaan media sosial Instagram tertinggi dibanding dua kategori usia lainnya, dan responden berusia 25-29 dan 30-34 tahun memiliki tingkat resiliensi yang cenderung rendah untuk penggunaan media sosial Instagram. Hal yang sebaliknya terjadi untuk tingkat resiliensi media sosial Facebook. Data menunjukkan bahwa responden media sosial Facebook berusia 15-19 dan 20-24 tahun memiliki tingkat resiliensi yang cenderung rendah dalam penggunaan media sosial Facebook, sedangkan responden dalam kategori usia 25-29 dan 30-34 tahun memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi. Jika melihat data sebelumnya, hal ini nampak selaras dengan tingkat penggunaan dan tingkat kuasa algoritma/media sosial responden secara umum.

*Kedua*, data hasil tabel silang tingkat resiliensi berdasarkan latar belakang pendidikan terakhir responden. Untuk media sosial Instagram, responden dengan latar belakang pendidikan terakhir SMP memiliki persentase yang cukup seimbang antara responden yang memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi (10,1%) dan responden dengan resiliensi yang cenderung rendah (10,0%), responden dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat, 51,9% memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi, namun 37,5% berada dalam kategori resiliensi yang masih cenderung rendah. Responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 50,0% berada dalam kategori tingkat resiliensi yang cenderung rendah, dan 32,9% berada dalam kategori tingkat resiliensi yang cenderung tinggi. Sedangkan untuk media sosial Facebook, responden dengan pendidikan terakhir SD memiliki resiliensi yang cenderung rendah (3,4%), begitu pun dengan responden berpendidikan terakhir SMP juga memiliki resiliensi yang cenderung rendah (27,6%). Responden dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat memiliki persentase yang cukup seimbang antara responden dengan tingkat resiliensi yang cenderung rendah (58,6%) dan responden dengan tingkat resiliensi yang cenderung tinggi (53,4%),

sedangkan responden berpendidikan terakhir S1, 39,8% memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi, meski masih ada 10,3% memiliki resiliensi yang masih cenderung rendah.

*Ketiga*, data hasil tabel silang tingkat resiliensi berdasarkan latar belakang pekerjaan responden. Pada responden media sosial Instagram, 19,3% responden yang berstatus tidak memiliki pekerjaan berada dalam kategori responden dengan tingkat resiliensi tinggi, dan 10,3% dengan tingkat resiliensi rendah. Pada responden dengan latar belakang pelajar/mahasiswa, 82,8% memiliki resiliensi yang cenderung rendah dan 35,2% memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi. Untuk responden berlatar belakang pegawai/karyawan, 13,6% memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi, dan 3,4% memiliki tingkat resiliensi yang cenderung rendah, dan untuk responden berlatar belakang wiraswasta, 31,8% memiliki tingkat resiliensi yang cenderung tinggi, dan 3,4% memiliki resiliensi yang cenderung rendah. Sedangkan untuk responden media sosial Facebook, 17,5% responden dengan latar belakang tidak bekerja memiliki tingkat resiliensi yang cenderung rendah. 59,5% responden berlatar belakang pelajar/mahasiswa memiliki resiliensi yang cenderung tinggi namun dengan angka yang juga cukup tinggi 42,5% memiliki resiliensi yang cenderung rendah. Responden berlatar belakang pegawai/karyawan, 22,5% responden memiliki tingkat resiliensi yang cenderung rendah, dan 16,5% memiliki resiliensi yang cenderung tinggi, dan untuk responden berlatar belakang wiraswasta, 17,7% berada dalam kategori tingkat resiliensi tinggi, namun 17,5% juga masih dalam kategori tingkat resiliensi rendah.

## SIMPULAN

Tingkat resiliensi khalayak Instagram dan Facebook di kota Makassar secara keseluruhan berdasarkan sepuluh aspek atau indikator resiliensi cenderung tinggi. Akan tetapi, dengan persentase yang juga masih cukup besar yakni sebanyak 33,6% responden media sosial Instagram dan 24,8% responden media sosial Facebook masih memiliki tingkat resiliensi yang rendah.

Khalayak pengguna media sosial harus menyadari dan menyiapkan diri untuk hal-hal yang berpotensi terjadi terhadap kehidupannya akibat penggunaan media sosial. Hal ini lah yang disebut dengan resiliensi, dan faktor internal-eksternal memainkan peran terkait hal ini. Terutama terkait literasi media, sebab ketika kemampuan khalayak misalnya dalam membedakan informasi benar dan salah/palsu sangat minim atau bahkan tidak mampu sama sekali, hal ini dapat berdampak terhadap pemahaman dan berpotensi memengaruhi sikap bahkan perilaku khalayak terhadap suatu hal. Khalayak harus mempelajari dan mencari tahu minimal pengetahuan dasar (misalnya, manfaat dan kerugian apa saja yang bisa didapatkan dari media sosial, keterampilan untuk memaksimalkan manfaat tersebut

dan cara untuk meminimalisir kerugian/dampak negatifnya, serta sebisa mungkin memahami peraturan/kebijakan privasi yang disyaratkan agar tidak serta merta langsung meng-iya-kan/memberi izin terhadap aplikasi tanpa mengetahui konsekuensinya), dan mencari cara untuk meningkatkan kemampuan resiliensi lainnya.

Pendidikan dan literasi digital menjadi pondasi dan tameng untuk membentuk resiliensi masyarakat dan menghalau pengaruh-pengaruh negatif yang menerpa masyarakat dari penggunaan media sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arizaldy, R., & Alfadil, M. T. (2021). The Influence Of The Application Of Power Point Learning Media On Ict Learning Outcomes. *Jurnal Galeri Pendidikan, 1*(01).
- Ayu, S. (2017). *Pengaruh Otonomi Pendidikan terhadap Peningkatan Mutu SMA UNISMUH Makassar* (Doctoral dissertation, Muhammadiyah University Makassar).
- Goble, Frank G. 2010. *Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*.
- Gunawan, Budi dan Barito M. Ratmono. 2020. *Kebohongan di Dunia Maya: Memahami Teori dan Praktik-Praktiknya di Indonesia*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Hendriani, Wiwin. 2019. *Resiliensi Psikologis Sebuah Pengantar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Holmes, David. 2012. *Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jennings dan Susan Thompson. 2002. *Fundamentals of Media Effects*. New York: Mc Graw-Hill.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Dennis. 2010. *Mass Communication Theory 6<sup>th</sup> Edition*. London: SAGE Publications.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nuruddin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave*. New York: Routledge.
- Ramly, R. A., & Ayu, S. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Kependidikan Media, 11*(3), 107-119.
- Ramly, R. A., & Ilham, I. (2022). Penggunaan Quipper School Terhadap Hasil Belajar Siswa Smp Negeri 2 Campalagian Polewali Mandar. *Jurnal Kependidikan Media, 11*(2), 65-74
- Unde, Andi Alimuddin. 2015. *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Yogyakarta: Kanisius.