

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Situs Jejaring Sosial

1. Pengertian Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial yang dalam bahasa Inggris disebut *social network sites* merupakan sebuah *web* berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dari situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna (Juditha, 2011).

Situs jejaring sosial merupakan situs yang dapat membantu seseorang untuk membuat sebuah profil dan kemudian dapat menghubungkan dengan pengguna lainnya. Situs jejaring sosial adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung menggunakan profil pribadi atau akun pribadinya. Adapun contoh berbagai situs jejaring sosial seperti Friendster, Facebook, Foursquare, Myspace, Twitter, juga termasuk Blackberry Messenger (Juditha, 2011).

Jejaring sosial merupakan bentuk dari Media Sosial dan juga merupakan jenis Media massa yaitu berupa media digital. Media massa sebagai saluran informasi bagi khalayak luas selalu hadir dengan beragam pemberitaan. Khalayak tidak dapat menghindari akan kebutuhannya terhadap informasi, baik dari dunia politik, ekonomi, pendidikan, sosial, budaya, teknologi, dan lainnya. Media sosial yang dalam bahasa Inggris "*Social Media*" menurut tata bahasa terdiri dari kata

“*social*” yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi, dan “*media*” adalah sebuah wadah atau tempat *social* itu sendiri. Media sosial adalah sebuah media *online* dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Juditha, 2011).

Kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs jejaring sosial pertama, yaitu *Sixdegrees.com* mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000, muncul situs sosial *lunarstrom*, *live journal*, *Cyword* yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul *Ryze.com* yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul *Friendster* sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam kelanjutannya, *friendster* ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul kemunculan *Friendster*, *Flick R*, *Youtube*, *Myspace*. Hingga akhir tahun 2005, *friendster* dan *myspace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati (Juditha, 2011).

Memasuki tahun 2006, penggunaan *friendster* dan *myspace* mulai tergeser dengan adanya *Facebook*. *Facebook* dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2009, kemunculan *Twitter* ternyata menambah jumlah situs sosial bagi

anak muda. *Twitter* menggunakan sistem mengikuti – tidak mengikuti (*follow-unfollow*), dimana kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti (*follow*) (Juditha, 2011).

Keberadaan situs jejaring sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi secara mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan menggunakan telepon (Aleman & Wartman, 2009: 120-123). Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat (Lin & Atkin, 2002). Namun kemunculan situs jejaring sosial ini menyebabkan interaksi interpersonal secara tatap muka (*face-to-face*) cenderung menurun. Orang lebih memilih untuk menggunakan situs jejaring sosial karena lebih praktis. Di lain pihak, kemunculan situs jejaring sosial ini membuat anak muda dapat mengakses internet. Dalam kadar yang berlebihan, situs jejaring sosial ini secara tidak langsung membawa dampak negatif, seperti kecanduan (addiksi) yang berlebihan dan terganggunya privasi seseorang (Juditha, 2011).

2. Kelebihan dan Kekurangan Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial saat ini menjadi sumber komunikasi dan bertujuan untuk menemukan teman yang telah lama menghilang dan keluarga bersama-sama. Saat ini banyak situs yang telah membuat platform jejaring sosial untuk orang-orang dari berbagai belahan dunia. Situs ini juga diperlukan sebagai tahap untuk mendirikan berbagai macam usaha dari usaha kecil sampai usaha besar atau bahkan mempromosikan merek dagang untuk mendapatkan calon pembeli yang

potensial. Namun, kecenderungan menjadi bagian dari situs ini lebih terlihat di kalangan remaja dan pemuda. Anak-anak remaja setiap saat asyik dalam dunia jejaring sosial, tanpa benar-benar mengetahui manfaat serta bahayanya. Sama seperti bentuk jejaring sosial memiliki kelebihan dan juga memiliki kekurangan (Agung Pribadi, 2011).

a. Kelebihan jejaring sosial

Keberadaan situs jejaring sosial ini memudahkan kita untuk berinteraksi dengan mudah dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang lebih murah dibandingkan menggunakan telepon. Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat dan luas. Selain itu itu jejaring sosial mempunyai kelebihan interaksi yang lebih jujur di dalam dunia maya dibandingkan dengan dunia nyata. Maksudnya disini adalah pengguna jejaring sosial cenderung lebih mudah untuk menunjukkan segala pendapat dan luapan emosional yang dimilikinya. Hal ini yang menjadikan dunia maya menciptakan banyak intrik sosial termasuk juga masalah sosial empati (Agung Pribadi, 2011).

b. Kelemahan jejaring sosial

Kemunculan situ jejaring sosial ini menyebabkan interaksi interpersonal secara tatap muka (*face-to-face*) cenderung menurun. Orang lebih memilih untuk menggunakan situs jejaring sosial karena lebih praktis. Di lain pihak, kemunculan situs jejaring sosial ini secara tidak langsung membawa dampak negatif, seperti laju informasi yang cepat dan luas hingga tak terbendung. Informasi yang beredar bukan saja tepat pada sasaran tetapi juga meluber ke berbagai elemen pengguna

jejaring sosial. Selain itu juga dapat mengakibatkan kecanduan (addiksi) yang berlebihan dan terganggunya privasi seseorang. Adapun kaitannya dengan empati dalam dunia maya juga memiliki pengaruh. Pengguna sering lupa diri di ruang bebas pendapat yang ada di dalam dunia maya dengan menuliskan berbagai pendapat yang menimbulkan kontra. Sering kali tulisan-tulisan itu sesuatu yang menyudutkan, menjelekkkan atau bahkan menghina harga diri seseorang dan lain sebagainya yang merugikan orang lain (Agung Pribadi, 2011).

Penggunaan situs jejaring sosial yang rutin dapat memberikan efek terhadap individu. Efek yang diterima ialah semua jenis perubahan, termasuk perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku nyata yang terjadi pada diri penerima setelah menggunakan dan menerima pesan dari situs jejaring sosial. Ini berarti membicarakan penggunaan situs jejaring sosial juga berarti membahas pengaruh atau efek yang ditimbulkannya terhadap penggunanya.

Komunikasi massa yang terdapat dalam media sosial mempunyai efek atau pengaruh adalah hal yang tidak terbantahkan lagi, terlebih erat kaitannya dengan situs jejaring sosial sebagai salah satu saluran pesan komunikasi massa tersebut. Berdasarkan batas pengelompokannya, Keith R. Stamm dan John E. Bowes membagi efek komunikasi massa menjadi dua bagian dasar (Nurudin, 2007) yakni:

a. Efek Primer

Jika dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat terlepas dari media sosial atau situs jejaring sosial, artinya efek yang ditimbulkan nyata terjadi. Sedangkan di era modern yang kaya akan informasi dan teknologi ini, manusia tentu tidak

dapat jauh dari keberadaan media sosial. Efek primer terjadi apabila seseorang mengatakan telah terjadi proses komunikasi terhadap objek yang dilihatnya. Efek ini meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman.

b. Efek Sekunder

Efek sekunder ini secara singkat dan sederhana merupakan efek lanjut setelah terjadinya efek primer. Perilaku penerima pesan komunikasi massa yang ada di bawah kontrol langsung komunikator termasuk dalam efek sekunder. Pengaruh tingkat kedua pada komunikasi massa ini akan terbentuk sebagai konsekuensi setelah komunikasi diterpa efek primer komunikasi.

Efek sekunder ini meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan atau keyakinan), tingkat afektif (perubahan emosi/perasaan), serta tingkat behavioral (perubahan perilaku, seperti; menerima, memilih dan menolak). Kognitif dan afektif itu sendiri merupakan dua komponen yang membentuk empati. Para teoretikus kontemporer (Eisenberg, 1987; Batson, 1991; Davis, 1996; Feshbach, 1997; Hoffman, 2000) menyatakan bahwa empati terdiri dari kognitif dan afektif (dalam Taufik, 2012).

Nurudin (2011) menguraikan faktor utama yang mempengaruhi proses terbentuknya efek atau pengaruh menjadi dua kategori, yakni faktor individu dan faktor sosial. Faktor individu cenderung dipengaruhi oleh pemikiran psikologi, yaitu: *Selective attention* adalah individu cenderung memperhatikan dan menerima terpaan pesan media massa (dalam hal ini situs jejaring sosial) yang sesuai dengan pendapat dan minatnya, serta menghindari pesan-pesan yang tak sesuai dengan pendapat dan minatnya tersebut. Kecenderungan menjauhkan diri

dari pesan ini untuk mengantisipasi timbulnya disonansi, oleh Klapper disebut juga sebagai ekspos selektif (Stanley & Dennis, 2010).

Selective perception (persepsi selektif) yaitu perubahan mental atau psikologis dari pesan sehingga maknanya sejalan dengan keyakinan dan sikap seseorang. Individu aktif mencari informasi yang mendorong dan memperkuat kecenderungan dirinya, berupa pendapat, sikap, atau keyakinan.

Selective retention merupakan proses ketika seseorang cenderung untuk mengingat paling baik dan lama pesan yang konsisten dengan minat dan sikap yang sudah dimiliki sebelumnya. Dalam hal ini seseorang juga akan mengingat pesan yang sesuai kebutuhan dirinya. Motivasi dan pengetahuan juga menjadi faktor individu dalam menentukan apakah pesan diterima atau tidak. Faktor kepercayaan yaitu seseorang yang percaya bahwa dengan memanfaatkan situs jejaring sosial masyarakat akan menjadi cerdas sehingga akan mendudukan situs jejaring sosial sebagai faktor yang ikut mempengaruhi sikap dan perilaku (Stanley & Dennis, 2010).

Faktor sosial lebih cenderung melihat individu dalam kerangka yang lebih luas, yakni sebagai gejala sosial. Hal ini berdasarkan kajian psikologi yang memandang bagaimana individu berhubungan dengan orang lain serta memahami orang lain dan ikut merasakannya menjadi faktor yang mempengaruhi proses terbentuknya pengaruh. Beberapa hal yang diperhatikan faktor sosial dalam proses penerimaan pesan sebagai berikut.

Umur dan jenis kelamin menjadi faktor yang menentukan lingkungan sosial lembaga seseorang. Individu akan ikut bergabung pada kelompok mana dan

yang sesuai dengan usia serta jenis kelaminnya. Konteks kelompok yaitu organisasi tempat individu bergabung akan mempengaruhi proses penerimaan pesan dan bagaimana pesan itu menentukan perilaku seseorang. Faktor tingkat pendidikan yang berbeda akan menentukan proses penerimaan pesan. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi minat seseorang terhadap ketertarikannya dengan sebuah berita. Situs jejaring sosial yang dikonsumsi akhirnya membentuk pengaruh pada diri seseorang (Stanley & Dennis, 2010).

Indikator-indikator dalam faktor individu dan sosial di atas secara spesifik memberikan celah pemikiran untuk menguraikan hal-hal apa saja yang mempengaruhi terbentuknya pengaruh penggunaan situs jejaring sosial. Keseluruh indikator tersebut diasumsikan dapat menjelaskan proses bagaimana seseorang diterpa media sehingga berdampak pada pembentukan empati. Terlebih dalam pengonsumsi informasi, seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis dalam dirinya serta lingkungan sosial dan itu berkaitan dengan situs jejaring sosial apa yang menjadi sumber informasinya dan seberapa sering mereka menggunakannya (Andarwati dan Sankarto, 2005).

3. Terpaan Media (*media exposure*)

Terpaan media merupakan salah satu bentuk *audience research* (riset khalayak). Endang Sari (1993) menjelaskan, *audience research* adalah upaya untuk mencari data tentang khalayak sebagai pengguna media sosial (situs jejaring sosial). *Media exposure* (terpaan media) berusaha mencari data *audience* tentang penggunaan media, baik jenis media maupun intensitas penggunaan media.

Sedangkan Shore (1985) mengoperasionalkan terpaan media sebagai kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media sosial atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut. Selain itu, dalam riset terpaan media terdapat hubungan antara khalayak dengan isi media yang berkaitan dengan perhatian. Kenneth E. Andersen (1972) mendefinisikan perhatian atau atensi sebagai proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Jalaludin Rakhmat).

Penggunaan situs jejaring sosial sebagai media komunikasi dapat digunakan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhan interaksi sosial. Komunikasi yang terjadi di dalam penggunaan situs jejaring sosial sebagai bentuk kebutuhan manusia dalam berinteraksi kepada manusia lainnya. Peristiwa komunikasi yang melibatkan sisi psikologis maupun konteks sosiologis seseorang atau masyarakat, disampaikan untuk meraih tujuan tertentu. Menurut Thomas S. Scheidel (dalam Juditha, 2011), media komunikasi dinyatakan untuk mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang sekitarnya dan mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir atau berperilaku seperti yang diinginkan oleh komunikator.

Oleh karena itu komunikasi yang tercipta di dalam proses interaksi di jejaring sosial merupakan kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, pertukaran serta perpindahan. Untuk membangun kontak sosial dengan lingkungan sosiologisnya, maka komunikasi berlangsung dalam konteks sosial tertentu (Juditha, 2011).

B. Intensitas

Kata intensitas berasal dari Bahasa Inggris yaitu *intense* yang berarti semangat, giat (John M. Echols, 1993). Sedangkan menurut Nurkholif Hazim (2005), bahwa: “intensitas adalah kebulatan tenaga yang dikerahkan untuk suatu usaha”. Jadi intensitas secara sederhana dapat dirumuskan sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan penuh semangat untuk mencapai tujuan. Perkataan intensitas sangat erat kaitannya dengan motivasi, antara keduanya tidak dapat dipisahkan. Intensitas merupakan realitas dari motivasi dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan yaitu peningkatan prestasi, sebab seseorang melakukan usaha dengan penuh semangat karena adanya motivasi sebagai pendorong pencapaian prestasi.

1. Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan situs jejaring sosial adalah suasana emosional (*mood*), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual, dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam situs jejaring sosial (Andarwati dan Sankarto, 2005).

2. Unsur-Unsur Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial

Dari pengertian intensitas diatas dapat diambil beberapa unsur dalam intensitas penggunaan situs jejaring sosial, yaitu: a) mengetahui perihal situs jejaring sosial, b) pemakaian fasilitas situs jejaring sosial. Adanya proses, mengolah atau mengaplikasikan fitur-fitur yang disediakan oleh situs jejaring sosial, c) frekuensi serta durasi penggunaan situs jejaring sosial.

Menurut Fishbein dan Ajzein (1975), bahwa intensitas terdiri dari empat elemen yang membentuknya yaitu perilaku yang diulang-ulang, pemahaman terhadap apa yang dilakukannya, batasan waktu, dan adanya subyek. Sehingga apabila dijabarkan seperti berikut:

- a) Perilaku yang diulang-ulang dalam penelitian ini adalah penggunaan situs jejaring sosial yaitu menggunakan fitur-fitur yang disediakan
- b) Pemahaman, yaitu mengerti dan paham akan situs jejaring sosial
- c) Batasan waktu dalam penelitian ini, peneliti memberi batasan frekuensi dalam waktu sehari semalam. Adapun untuk durasi peneliti tidak memberikan batasan.
- d) Dan adanya subyek yaitu remaja (siswa kelas X SMA Negeri 10 Pekanbaru

3. Indikator Intensitas

Nuraini (2011) menyatakan intensitas memiliki beberapa indikator yaitu sebagai berikut:

a. Motivasi

Pengertian dasar motivasi adalah keadaan internal organisme (baik manusia maupun hewan) yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu. Disini motivasi berarti pemasok daya untuk berbuat atau bertingkah laku secara terarah. Motivasi menunjuk pada hubungan sistematis antara suatu respon atau himpunan respon dengan keadaan dorongan tertentu.

Motivasi psikologi adalah dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Remaja

mempunyai dorongan atau keinginan untuk mencari pertemanan lewat jejaring sosial. Kegiatan membuka atau menulis sesuatu di status akun menjadi ajang yang sudah umum dikalangan remaja. Keinginan untuk mencari pertemanan, informasi, memanfaatkan fasilitas jejaring sosial, atau suatu hal yang mendorong mereka untuk beraktivitas di jejaring sosial.

b. Durasi kegiatan

Durasi kegiatan yaitu berapa lamanya penggunaan untuk melakukan kegiatan. Dari indikator ini dapat dipahami bahwa motivasi akan terlihat dari kemampuan seseorang menggunakan waktunya untuk melakukan kegiatan.

c. Frekuensi kegiatan

Frekuensi dapat diartikan dengan kekerapan atau kejarangan kerapnya. Frekuensi yang dimaksud adalah seringnya kegiatan itu dilaksanakan dalam periode waktu tertentu.

d. Presentasi

Presentasi yang dimaksud adalah gairah, keinginan atau harapan yang keras yaitu maksud, rencana, cita-cita atau sasaran, target dan idolanya yang hendak dicapai dengan kegiatan yang dilakukan. Ini bisa dilihat dari keinginan yang kuat dalam menggunakan jejaring sosial.

e. Arah sikap

Sikap sebagai suatu kesiapan pada diri seseorang untuk bertindak secara tertentu terhadap hal-hal yang bersifat positif ataupun negatif. Dalam bentuknya yang negatif akan terdapat kecenderungan untuk menjauhi, menghindari, membenci, bahkan tidak menyukai objek tertentu. Sedangkan dalam bentuknya

yang positif kecenderungan tindakan adalah mendekati, menyenangkan, dan mengharapkan objek tertentu.

f. Minat

Minat timbul apabila individu tertarik pada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya atau merasakan bahwa sesuatu yang akan digeluti memiliki makna bagi dirinya. Minat ini erat kaitannya dengan kepribadian dan selalu mengandung unsur afektif, kognitif, dan kemauan. Ini memberikan pengertian bahwa individu tertarik dan kecenderungan pada suatu objek secara terus menerus, hingga pengalaman psikisnya yang lain terabaikan.

C. Empati

1. Pengertian Empati

Davis (dalam taufik, 2012) mendefenisikan bahwa empati merupakan respon afektif dan kognitif yang kompleks pada distres emosional orang lain. Empati termasuk dalam kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpati dan mencoba menyelesaikan masalah, serta mengambil perspektif orang lain. Cakupan-cakupan pokok empati berkisar pada sudut objek orang lain, yang menciptakan keinginan untuk menolong, mengalami emosi yang serupa dengan emosi orang lain, mengetahui apa yang orang lain rasakan dan pikirkan, serta mengaburkan garis batasan antara diri sendiri dan orang lain.

Empati diartikan sebagai perasaan simpati dan perhatian terhadap orang lain, khususnya untuk berbagi pengalaman atau secara tidak langsung merasakan penderitaan orang lain (Sears, dkk, 1991). Hal senada diungkapkan oleh Hurlock

(1999) bahwa empati adalah kemampuan seseorang untuk mengerti tentang perasaan dan emosi orang lain serta kemampuan untuk membayangkan diri sendiri di tempat orang lain.

Menurut Watson dkk kemampuan empati adalah kemampuan seseorang untuk mengenal dan memahami emosi, pikiran, serta sifat orang lain. Langfeld menjabarkannya sebagai kemampuan untuk berada dalam kondisi perasaan orang lain/*in feeling*. Kemampuan tersebut berupa respon emosional yang sangat menyerupai respon emosional orang lain, namun tidak membuat individu harus benar-benar menyatu dalam emosi, pikiran dan tindakan orang lain; respon emosi yang kongruen namun tidak identik (Setyawan, 2012).

Stein (dalam Pujiyanti, 2007) mengatakan empati adalah menyelaraskan diri (peka) terhadap apa, bagaimana dan latar belakang perasaan dan pikiran orang lain sebagaimana orang tersebut merasakan dan memikirkannya. Jhonson (dalam Pujiyanti, 2007) mengemukakan bahwa empati adalah kecenderungan untuk memahami kondisi atau keadaan pikiran orang lain. Seseorang yang berempati digambarkan sebagai seorang yang toleran, mampu mengendalikan diri, ramah, mempunyai pengaruh serta bersifat humanistik.

Baron dan Bryne (2005) menjelaskan bahwa empati merupakan kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpatik dan mencoba menyelesaikan masalah, dan mengambil perspektif orang lain. Titchener (dalam Goleman, 2007) menyatakan bahwa empati berasal dari semacam peniruan secara fisik atas beban orang lain, yang kemudian menimbulkan perasaan yang serupa dalam diri seseorang. Merasakan empati berarti bereaksi terhadap perasaan

orang lain dengan respon emosional yang sama dengan respon orang lain tersebut (Damon dalam Santrock, 2003)

Berdasarkan defenisi tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa empati adalah suatu kemampuan emosional yang dimiliki oleh seseorang untuk memahami kondisi, perasaan atau keadaan pikiran orang lain, sehingga dapat merasakan sebagaimana yang dirasakan dan dipikirkan orang lain.

2. Aspek Empati

Baron dan Bryne (2005) menyatakan bahwa dalam empati memiliki dua komponen: 1) Kognitif, yaitu yang memiliki kemampuan empati dapat memahami apa yang orang lain rasakan dan mengapa hal tersebut dapat terjadi pada orang tersebut. 2) Afektif, yaitu individu yang berempati merasakan apa yang orang lain rasakan.

Sedangkan menurut Mayroff (dalam Zuchdi, 2003), empati terdiri atas perpaduan tiga komponen, yakni: 1) Pemahaman terhadap orang lain dengan sensitif dan tepat, namun tetap menjaga keterpisahan dari orang lain tersebut. 2) Pemahaman keadaan yang mendorong munculnya perasaan tersebut. 3) Cara berkomunikasi dengan orang lain yang membuat orang lain merasa diterima dan dipahami.

Berdasarkan komponen-komponen tersebut, Davis (dalam Taufik, 2012) menguraikan aspek-aspek empati menjadi empat titik, yaitu:

a. Perhatian Empatik (*Emphatic Concern*)

Perasaan simpati yang berorientasi pada orang lain dan perhatian terhadap kemalangan orang lain. Aspek ini juga merupakan cermin dari perasaan kehangatan yang erat kaitannya dengan kepekaan dan kepedulian terhadap orang lain. Perhatian yang muncul pada seseorang mencerminkan pula tingkat kematangan emosi dan empati dari orang tersebut. Seseorang yang telah matang emosinya memiliki kemungkinan yang lebih besar pula dalam mengendalikan empatinya dengan baik. Perhatian yang diberikan bisa dalam bentuk implisit maupun eksplisit, tergantung bentuk situasi dan kondisinya.

b. Pengambilan Perspektif (*Perspective Taking*)

Kecenderungan seseorang untuk mengambil sudut pandang psikologis orang lain secara spontan. Davis menekankan pentingnya kemampuan dalam *perspective taking* untuk perilaku non egosentrik, yaitu kemampuan yang tidak berorientasi pada kepentingan orang lain. Pengambilan perspektif berhubungan dengan rekasi emosional dan perilaku menolong. Pengambilan perspektif dalam empati meliputi proses *self identification* dan *self positioning*. *Self identification* mengarahkan individu untuk menyentuh kesadaran dirinya sendiri melalui perspektif yang dimiliki oleh orang lain, sementara *self positioning* memandu individu untuk memposisikan diri pada situasi dan kondisi orang lain untuk kemudian membantu penyelesaian masalahnya.

c. Fantasi (*Fantasy*)

Kemampuan seseorang untuk mengubah diri mereka secara imajinatif dalam mengalami perasaan dan tindakan dari orang lain di sekitarnya. Davis

mengemukakan bahwa fantasi merupakan aspek yang berpengaruh pada reaksi emosi terhadap orang lain dan menghasilkan perilaku menolong. Ketika mengalami fantasi, seseorang akan terstimuli untuk menyampaikan perasaan dan persepsi atas suatu kejadian atau proses yang menyatakan perubahan sikap/perilaku orang lain. Fantasi sangat mempengaruhi intensitas empati seseorang, contoh konkretnya seperti meminta orang lain menceritakan runtu permasalahannya sebagai media *problem solving* atas masalah tersebut.

d. Stress Pribadi (*Personal Distress*)

Personal distress, yaitu kecemasan pribadi yang berorientasi pada diri sendiri serta kegelisahan dalam menghadapi setting interpersonal yang tidak menyenangkan. Personal distress bisa disebut sebagai empati negatif (*negative empathic*).

Aspek-aspek empati yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Davis (dalam Taufik, 2012) yang meliputi: *emphatic concern*, *perspective taking*, *fantasy*, dan *personal distress*.

3. Proses Empati

Dalam penelitian Duan dan Hill (dalam Taufik, 2012) tentang penelitian proses dan defenisi empati dalam mekanisme kognitif dan afektif, menghasilkan bahwa ada tiga proses umum, yaitu:

- a. Proses kognitif atau intelektual. Empati kognitif digambarkan sebagai kemampuan intelektual menilai pandangan orang lain.

- b. Proses afeksi atau emosional. Empati emosional sebagai respon emosi untuk emosi orang lain, maksudnya merasakan apa yang dirasakan orang lain.
- c. Proses yang meliputi fenomena kognitif dan afektif.

Selanjutnya Feshbach (dalam Taufik, 2012) juga mengutarakan dua tipe proses kognitif yang diperlukan dalam empati, yaitu: a) kemampuan untuk membedakan dan menamai (label) perasaan orang lain dan b) kemampuan untuk menerima pandangan dan peran orang lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa proses empati ada tiga, yaitu proses kognitif, afektif, dan proses campuran dari keduanya.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Empati

Menurut Sharon (1999) menyebutkan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi empati, yaitu:

a. Kematangan kognitif

Faktor kematangan kognitif berpengaruh terhadap kemampuan berempati, sebab dalam memahami penderitaan orang lain diperlukan bukan hanya sekedar proses berfikir, akan tetapi juga kematangan kognisi, sehingga bisa ikut memahami penderitaan orang lain tanpa harus benar-benar mengalaminya.

b. Kesadaran akan keberadaan orang lain

Dengan menyadari bahwa orang lain itu ada, seseorang tidak dapat hidup tanpa orang-orang di sekelilingnya, maka diharapkan akan timbul sikap peduli terhadap orang lain, yang merupakan sikap dasar empati. Thomson (dalam Eisenberg dan Strayer, 1987) juga menyebutkan faktor-faktor empati, yaitu:

a). Karakteristik kepribadian

Kemampuan berempati seseorang dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian yang dimiliki oleh seseorang dengan yang lain berbeda. Oleh karena itu perkembangan empati seseorang tidak sama antara satu dengan yang lain, tergantung pada karakteristik kepribadian yang dimiliki individu. Hal tersebut mempengaruhi penyesuaian dirinya, sehingga individu dengan kepribadian tipe A akan lebih mudah berempati pada individu lain.

b). Lingkungan teman sebaya

Hubungan teman sebaya ini mencakup keterlibatan dengan teman sebaya termasuk didalamnya adalah hubungan dengan saudara kandung. Semakin dekat hubungan teman sebaya, seseorang akan semakin mengekspresikan kemampuan empatinya. Hubungan teman sebaya ini juga berlaku di dalam dunia maya. Meskipun dalam jejaring sosial memerlukan inisiatif untuk mengetahui identitas pengguna lainnya seseorang cenderung lebih sering melakukan interaksi dengan teman sebayanya. Hal ini terjadi karena adanya kesamaan minat pada suatu hal dan juga kondisi perkembangan kepribadian dan emosional yang sama.

D. Remaja**1. Pengertian Remaja**

Remaja (*adolescence*) berasal dari bahasa latin artinya “tumbuh” atau menjadi “matang” dalam pengertian, masa remaja adalah suatu masa yang mengarah pada pertumbuhan dan perubahan yang cepat dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa (Atwer, 1992). Perubahan yang terjadi meliputi gejala segi

kehidupan manusia, yaitu jasmani, rohani, pikiran dan perasaan sosial (Darajat, 1996). Masa remaja berada pada tahap yang secara fisik telah dapat berfungsi sebagai orang dewasa, namun secara mental dan sosial mereka belum matang (Monks dkk, 2002). Sikap, pikiran, pemahaman, penentuan pendapat, serta emosinya masih berkembang (Darajat, 1996). Reaksi-reaksi pertumbuhan dan perubahan karakteristik remaja tidak sederhana akibat perubahan fisik selama pubertas. Disamping itu remaja yang memasuki masa pubertas, dibentuk oleh berbagai faktor psikologis dan sosial.

Dalam sudut pandang psikososial, remaja merupakan masa transisi dengan batas yang tidak tentu. Batasan awal dan akhir pertumbuhan dan perkembangan remaja sulit didefinisikan, tergantung pada aspek remaja. Namun, secara umum menurut Atwer (1992) remaja awal adalah masa dari masa pubertas sampai dengan pertengahan pertama, yaitu dari usia 10 sampai dengan 14 tahun. Usia tengah sampai akhir menengah pertama dari usia 15 sampai 17 tahun. Dan akhir masa remaja pada usia 18 sampai dengan 20 tahun. Menurut Santrock (1998) masa remaja dikatakan sebagai periode masa transisi dari masa kanak-kanak dan masa dewasa, diawali pada usia kira-kira 10 sampai dengan 13 tahun dan berakhir pada usia kira-kira 18 sampai dengan 22 tahun.

Remaja adalah suatu masa peralihan antara akil balik (*puberty*) dan dewasa, suatu masa pancaroba dalam perkembangan fisik, kognitif (*cognitive*) emosi dan sosial, juga merupakan suatu masa transisi dari masa kanak-kanak menjadi dewasa (Santrock, 2003).

Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Banyak perubahan-perubahan yang terjadi dalam masa remaja ini satu diantaranya adalah perubahan-perubahan fisik. Percepatan yang berlipat ganda dalam pertumbuhan fisik seperti tinggi badan, perubahan bentuk tubuh, perubahan suara dan sebagainya (Santrock, 2003).

Remaja adalah seorang yang pada jenjang waktu tertentu dalam tumbuh kembangnya antara anak dan tingkat dewasa. Remaja ini telah melewati masa anak sekolah dasar, tetapi belum sampai pada ambang pintu untuk memasuki alam kedewasaan (Wirowidjojo dalam Sarwono, 1984).

Istilah masa remaja digunakan untuk menunjukkan masa peralihan dari ketergantungan dan perlindungan orang dewasa pada ketergantungan terhadap diri sendiri dan penentuan diri sendiri. Masa remaja ditandai dengan munculnya serangkaian perubahan fisiologis yang kritis, yang membawa individu pada kematangan fisik dan biologis (Santrock, 2003).

Masa remaja dimaksudkan sebagai periode transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa batasan usianya tidak ditentukan dengan jelas, tetapi kira-kira berawal dari usia 12 sampai akhir usia belasan, saat pertumbuhan fisik hampir lengkap (Atkinson dkk, 1993).

Berdasarkan defenisi yang dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa remaja adalah masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, menunjukkan masa peralihan dari ketergantungan dan perlindungan orang dewasa pada ketergantungan terhadap diri sendiri dan penentuan diri sendiri.

E. Kerangka Berpikir

Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informatik terbukti telah dapat mempengaruhi masyarakat secara global baik itu perubahan sosial, ekonomi, dan budaya yang secara signifikan berlangsung demikian cepat. Situs jejaring sosial digunakan sebagai sarana komunikasi praktis antara pengguna yang satu dengan lainnya. Namun, dengan seiringnya perkembangan teknologi, berbagai situs jejaring sosial mengalami kemajuan besar. Kini jejaring sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana mendapatkan pertemanan namun juga digunakan sebagai sarana berjualan seperti menawarkan berbagai jasa dan produk dalam bentuk iklan ataupun promosi, dan juga sebagai media sosialisasi-informasi, media belajar (diskusi), hingga politik dan sosial lainnya. Sehingga jejaring sosial kini menjadi salah satu kebutuhan dan tren baru dalam suatu kelompok masyarakat.

Di sekelompok masyarakat, tak jarang jejaring sosial dijadikan tempat mencurahkan isi hati. Banyak mereka yang meng-*update* status tentang aktifitas pribadi mulai dari seseorang itu bangun tidur hingga akan tidur. Hal itu dilakukan terus menerus. Sehingga tidak jarang bagi pengguna jejaring sosial yang memiliki teman yang banyak mendapatkan berbagai macam bentuk respon, baik berupa komentar ataupun dengan memberikan simbol interaksi yang tersedia dalam jejaring sosial tersebut. Komentar yang diberikan juga bermacam-macam, mulai dari menunjukkan rasa empati, dukungan sosial dan bahkan sindiran.

Selain menceritakan aktifitas pribadi yang terkadang tidak begitu penting, jejaring sosial pun bisa membuat sebuah kelompok (grup) ataupun komunitas.

Segala informasi terkadang dengan mudahnya dijumpai di jejaring sosial. Ketika terjadinya kecelakaan, tak jarang teman di jejaring sosial menceritakannya. Begitu banyak aktifitas yang bisa dilakukan di dalam dunia maya dan menampilkannya dalam jejaring sosial, bercerita tentang diri, bersosialisasi, berbagi informasi, berpolitik, berdakwah dan lainnya. Maka, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa aktifitas kehidupan nyata juga ada di dalam dunia maya.

Perkembangan situs jejaring sosial semakin familiar dan banyak disenangi oleh penggunaannya di Indonesia khususnya remaja. Situs jejaring sosial tersebut memiliki peran yang kuat dalam memfasilitasi penggunaannya untuk melakukan interaksi sosial dalam bentuk komunikasi dunia maya. Remaja yang masih berjiwa labil dan emosional sering larut dan terbawa kedalam suasana yang tercipta di dalam dunia maya. Keadaan yang demikian menjadikan remaja sering terpancing rasa keingintahuannya, serta menumbuhkan rasa empati pada kondisi teman-teman di jejaring sosial mereka tersebut.

Penyebaran informasi yang begitu cepat seolah tak terbendung. Berbagai informasi kejadian diseluruh dunia dapat kita temukan di dunia jejaring sosial. Terlebih remaja adalah individu yang memiliki masa pertemanan yang luas, mereka memiliki banyak teman termasuk di dalam jejaring sosial. Mereka merasa tersentuh dan berempati ketika melihat berbagai kejadian yang terekam dalam sebuah foto, vidio atau sekedar tulisan yang mereka dapatkan di jejaring sosial. Tak jarang juga setiap kali mereka menemukan atau mendapatkan informasi tersebut mereka membagikannya kepada teman-temannya yang lain di jejaring sosial tersebut. Seolah mereka ingin mengatakan bahwa kita wajib berempati

terhadap kejadian memilukan itu, bayangkan jika penderitaan itu juga mereka rasakan.

Stephan dan Stephan (dalam Asih, 2010) menyatakan bahwa orang yang mempunyai rasa empati akan berusaha untuk menolong orang lain yang membutuhkan pertolongan dan merasa kasihan terhadap penderitaan orang tersebut. Empati banyak disebut sebagai motif dasar bagi seseorang untuk bertindak prososial (Iannotti, dalam Asih, 2010). Banyak penelitian tidak ditunjukkan hubungan langsung antara empati dengan prososial dalam arti perilakunya. Penelitian lebih menekankan hubungan empati dengan motif prososial (Bar-Tal, dkk, dalam Asih, 2010). Hoffman (dalam Asih, 2010) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pada tingkat empati tinggi, empati sebagai *vicarious affective arousal* berperan besar. Anak wanita tampak lebih prososial karena mereka lebih memiliki tekanan empatetik, lebih mudah dipengaruhi perasaannya, dengan demikian cenderung mengurangi ketegangannya dengan jalan memberikan reaksi prososial. Empati yang rendah, maka *recognition of affective in others* yang mengandung aspek kognitif lebih berpengaruh dalam ikut serta memberikan dan melahirkan interaksi sosial dan intensi prososial.

Perasaan positif, seperti empati memberikan kontribusi pada perkembangan moral remaja. Merasakan empati berarti bereaksi terhadap perasaan orang lain dengan respon emosional yang sama dengan respon orang lain tersebut (Damon dalam Santrock, 2003). Menurut Batson (dalam Pujiyanti, 2007) dengan empati (pengalaman menempatkan diri pada keadaan emosi orang lain seolah-olah mengalaminya sendiri). Empati inilah yang menurut Batson akan

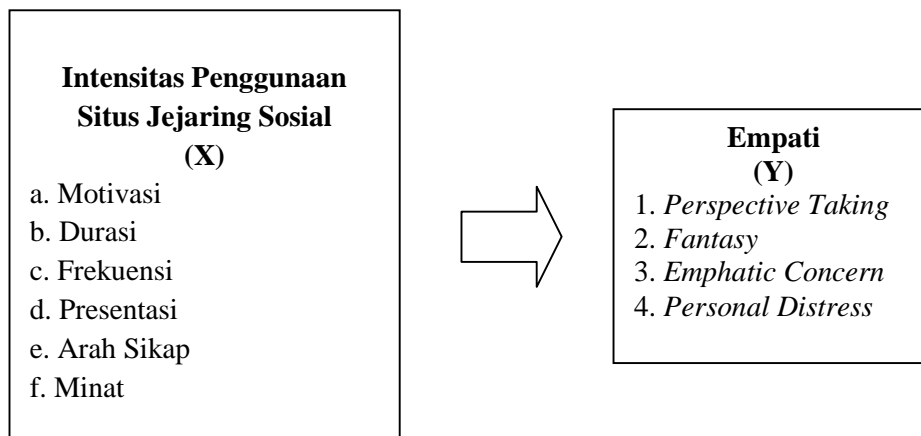
mendorong orang untuk melakukan pertolongan altruistik. Tidak hanya di dalam kehidupan dunia nyata, di dunia maya seperti jejaring sosial pun kita pasti mendapati berbagai macam tipe manusia. Oleh karena itu, tidak mungkin kita memaksakan pendapat, pikiran atau perasaan kepada orang lain. Di sinilah empati sangat berperan penting. Individu dapat diterima oleh orang lain jika ia mampu memahami kondisi (perasaan) orang lain dan memberikan perlakuan yang semestinya, sesuai dengan harapan orang tersebut. Kemampuan empati perlu diasah setiap orang agar dirinya dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya.

Adanya empati memungkinkan seseorang dapat memotivasi orang lain sehingga dapat berbuat lebih baik. Setiap orang dapat meningkatkan kepekaan perasaan sehingga memiliki tenggang rasa yang tinggi, yakni dengan membayangkan suatu keadaan dilihat dari sudut pandang orang lain. Dengan jalan demikian orang akan menjadi lebih peka terhadap reaksi orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain, akibat selanjutnya orang tersebut dapat lebih memahami orang lain dan dapat memotivasinya untuk melakukan yang terbaik (Zuchdi, dalam Pujiyanti, 2007).

Empati yang diukur dalam penelitian ini didasarkan atas acuan teori Davis (dalam Taufik, 2012). Empati dibagi atas dua komponen yang dijelaskan oleh Baron dan Byrne (2005) yaitu komponen kognitif dan afektif. Selanjutnya Davis membagi setiap komponen empati atas dua aspek. Komponen kognitif terdiri dari aspek *perspective taking* dan aspek *fantasy*, sedangkan komponen afektifnya terdiri atas aspek *emphatic concern* dan aspek *personal distress*.

Pendekatan-pendekatan menurut Davis diatas menekankan bahwa empati terdiri atas beberapa dimensi yang berbeda. Pertama, ada kemampuan kognitif untuk mengambil perspektif orang lain. Kedua, kecenderungan untuk memperhatikan orang lain yang dapat menimbulkan empati emosional. Menurut Davis (dalam Taufik, 2012) pemahaman kognitif berbeda dengan reaksi emosional (afektif) yang menghasilkan *personal distress* atau *emphatic concern*. *Personal distress* diartikan secara negatif, yaitu reaksi yang berorientasi pada diri sendiri terhadap kondisi penderitaan orang lain, sehingga memotivasi yang bersangkutan untuk menghindari kondisi-kondisi emosi yang tidak nyaman dengan cara menolong, berbagi, bekerjasama, berderma dan bertindak secara jujur pada orang lain.

Kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, dapat digambarkan dalam alur sebagai berikut:



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan adalah: ada hubungan intensitas penggunaan situs jejaring sosial dengan empati pada siswa kelas X SMA Negeri 10 Pekanbaru.