

REMAJA DIGITAL: LITERASI DAN ETIKA

LATAR BELAKANG

Sekelompok anak muda duduk di kafe. Kecuali suara keyboard handphone dan computer, tidak ada suara lain lagi yang terdengar. Ada yang mendengarkan music dengan mp3 player dan bermain game dengan laptopnya. Ada yang tertawa sendiri sembari chatting via e-buddy di handphonenya. Ada yang sedang ber-Facebook ria dengan laptopnya. Ada komunikasi yang terjadi, namun tidak dengan komunikasi antarpribadi yang biasanya menjadi penanda berkumpulnya sekelompok anak muda. Dan begitulah gambaran budaya anak muda sekarang yang “berteman” dengan teknologi.

Teknologi, mendekatkan sekaligus menjauhkan kita. Teknologi diciptakan awalnya sebagai perpanjangan dari indera manusia. Telepon memudahkan kita untuk mendengar suara orang yang berada di ujung dunia lain. Chatting via internet memungkinkan kita untuk “berbincang” tanpa suara. Kita sudah tidak bisa membayangkan hidup kita tanpa komunikasi, tanpa media, dan tanpa teknologi. Kita sudah terjebak jauh di dalamnya secara tidak sengaja.

Ketika kita memasuki abad ke -21, rumah kita sudah ditransformasukan ke dalam situs budaya multimedia, mengintegrasikan audiovisual, informasi, dan pelayanan telekomunikasi. (Livingstone, 2002: 1). Hidup sudah dikelilingi dengan *e-commerce*, *e-learning education*, internet shopping, game online dan gaya hidup cyber lainnya. Hal ini memunculkan kekhawatiran mengenai bagaimana masa depan anak muda yang tumbuh di tengah “kehebohan” teknologi ini. Livingstone (2002) mengatakan bahwa ada spekulasi mengenai ‘*digital generation*’, *anak dalam ‘information age*’, ‘*computer nerds*’, ‘*innocent on the Net*’, *the digital divide*’, dan ‘*addicted surfers*’.

Semua konsep di atas menunjukkan seberapa dekatnya mereka dengan kehidupan virtual. Kehidupan pseudo-reality yang memungkinkan mereka untuk berkomunikasi,

berteman, bersosialisasi, serta bermasyarakat dengan teman dan masyarakat semu nyata yang mereka temui di jendela computer mereka. Ketika bisa melakukan semua hal hanya dengan duduk di depan computer, tak usahlah perlu pergi ke luar kamar untuk bersosialisasi dengan teman, masyarakat, dan manusia asli.

Di area public dan akademis, terdapat klaim yang muncul. Kaum pesimis meratapi akhir dari masa anak muda, nilai tradisional yang seharusnya mereka miliki. Media interaktif dilihat sebagai petanda munculnya gaya hidup individualistis dan privatisasi yang meningkatkan kemandirian terhadap konsumerisme ekonomi global dan kecenderungan untuk meremehkan budaya nasional dan regulasi media nasional. Bagi kaum optimis, adanya kesempatan bagi partisipasi demokratis dan partisipasi komunitas untuk kreativitas, ekspresi diri, dan demi tak terbatasnya pengetahuan yang ada dapat mendukung keberagaman, perbedaan, dan debat yang sehat (Livingstone, 2002).

Kedua klaim tersebut mengarah pada euphoria sekaligus kekhawatiran mengenai semakin berkembangnya teknologi komunikasi. Euphoria terhadap semakin terbukanya kesempatan untuk melihat lebih dari apa yang ada di sekitar kita, tahu lebih dari apa yang kita lihat. “Kebahagiaan” akan teknologi yang semakin mudah diakses. Di sisi lain, kekhawatiran menghantui di belakangnya. Efek perkembangan teknologi ini pun berkaitan dengan segala aspek kehidupan: pendidikan, gaya hidup, keluarga, konsumerisme, bahkan budaya.

Teknologi dapat mengkaburkan batas antara kehidupan privat dan public. Facebook dengan “*What’s on your mind?*” nya mendesak penggunanya untuk menceritakan atau mencurahkan apa yang ada di pikirannya. Perasaan yang kadang merupakan sesuatu yang bukan santapan public, mau tidak mau diberitahukan kepada orang lain. Cara pengekspresian seperti ini lama kelamaan menjadi candu bagi para remaja ini. Daripada mengungkapkannya kepada teman, keluarga, atau orang yang bersangkutan, mereka lebih memilih “teman baru” mereka ini untuk berbagi.

REMAJA DIGITAL

Babies with superpower. Begitulah panggilan bagi para remaja yang memiliki kemampuan dan kegiatan dengan media digital baru yang belum sepenuhnya mengerti apa makna dan efek dari tindakan mereka tersebut.

a. Dunia Remaja

Kata “remaja” digunakan secara luas untuk menunjukkan suatu tahap perkembangan antara masa anak-anak dan masa dewasa, yang ditandai oleh perubahan-perubahan fisik umum serta perkembangan kognitif dan sosial. Batasan umurnya adalah sekitar 12 – 21 tahun (Desmita, 2008). Menurut Mussen, masa remaja adalah suatu periode kehidupan dimana kapasitas untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan secara efisien mencapai puncaknya (Desmita, 2008).

Piaget mengatakan bahwa “Secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak...Transformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa, yang kenyataannya merupakan cirri khas yang umum dari periode perkembangan ini.” (Hurlock, 1980).

Youth atau remaja dianggap para ahli sebagai kategori sosial universal. Remaja dipahami sebagai sebuah konsep relatif yang dikonstruksikan secara budaya (Osgerby, 2004). Sheila Allen dalam Osgerby (2004) mengatakan bahwa:

“Age relation (including youth) are part of the economic relations and the political and ideological structure sin which they take place. It is not the relations between

ages which explain the changes or stability in society, but changes in societies which explain the relation between ages”

Analisis baru mengenai hubungan antara remaja dan identitas etnis. Les Black, Paul Gilroy, dan Sanjay Sharma (Osgerby, 2004) telah mengeksplorasi bahwa hubungan antara struktur kelas dan rasisme pada akhir masyarakat modern, dan strategi dimana anak remaja menegosiasikan identitas mereka tidak hanya mengenai perbedaan usia, gender, dan kelas sosial, melainkan juga melalui wacana etnisitas dan ras.

Remaja sebetulnya tidak memiliki tempat yang jelas. Ia tidak termasuk golongan anak, tapi juga belum termasuk dalam golongan dewasa atau tua. Remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya. Ditinjau dari segi tersebut, mereka masih termasuk golongan kanak-kanak, mereka masih menemukan tempat mereka di masyarakat (Monks, 1982).

Penelitian Trommsdoff telah menunjukkan betapa dukungan dan interaksi sosial yang terbina dalam keluarga akan memberikan pengaruh yang sangat penting bagi pembentukan orientasi masa depan remaja, terutama dalam menumbuhkan sikap optimis dalam memandang masa depannya (Desmita, 2008).

Remaja merupakan kelompok budaya yang berbeda dan signifikan, sebagai sebuah segmen pasar, sebuah subkultur dan yang memimpin jalan dalam penggunaan media baru. Rumah tangga yang memiliki anak biasanya memiliki media teknologi komunikasi yang lebih banyak. Remaja adalah titik dimana mereka berusaha untuk membangun identitas, untuk membentuk kelompok sosial, dan untuk menegosiasikan makna budaya yang mereka miliki. Dan di antara semuanya, media menjadi bagian pusatnya (Osgerby, 2004). Remaja menjadi objek komodifikasi yang potensial untuk produser media yang memiliki tujuan pemasaran transgenerasi.

b. Remaja Dan Penggunaan Media

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kaiser Family Foundation selama tahun 1999, rata-rata remaja di Amerika tumbuh di rumah yang memiliki tiga buah televisi, tiga buah tape recorder, tiga buah radio, dua buah video recorder, dua buah CD player, satu buah video game, dan satu buah computer (Osgerby, 2004). Teknologi ini belum termasuk yang digunakan di sekolah maupun untuk pekerjaan rumah. Ketika teknologi semakin berkembang, jumlah dan variasi benda elektronik di atas pun akan berlipat ganda.

Penelitian yang dilakukan oleh Sonia Livingstone dan Moira Bovill pada tahun 1990 menemukan bahwa remaja usia 6-17 tahun menghabiskan paling tidak 5 jam sehari menggunakan beberapa bentuk media. Sekitar 46 persennya digunakan untuk menonton televisi dan sisanya untuk mendengarkan music, menonton video, bermain games, dan membaca (Osgerby, 2004). Media tidak hanya menjadi tempat pusat bagi kehidupan sosial dan budaya remaja, melainkan juga penting dalam membentuk konsep kita akan remaja sebagai kategori generasi yang berbeda (Osgerby, 2004).

Seorang remaja sekarang ini paling tidak memiliki satu buah handphone dan mp3 sebagai media pribadinya, selain media elektronik lainnya yang ada di rumah. Handphone menjadi sebuah barang tidak dapat dipisahkan. Dengan semakin canggihnya teknologi komunikasi dan beragamnya *content* yang ditawarkan oleh *provider*, ketergantungan dan kebiasaan remaja menggunakan handphone tak terbantahkan lagi. Handphone layaknya telah menjadi budaya dalam kehidupan sosial remaja.

Silverstone dalam Osgerby (2004) mengatakan bahwa:

“Television and other media and information technologies are doubly articulated into the culture of household, as material, technological objects located in particular spatiotemporal settings and as texts, symbolic carriers of messages, located within particular socio cultural discourse”

Lasswell dalam Osgerby (2004) memberikan metafora mengenai pemikiran kontemporer tentang media:

1. *As a conduit*. Untuk mentransmisikan makna tertentu. Metafora ini sering berada dibelakang perhatian public terhadap konten yang tidak diinginkan atau berbahaya. Menempatkan audience di titik terakhir dari proses pengaruh.
2. *As a language*. Ahli teknologi dan semiotic akan bertanya mengenai saluran media, kode atau 'grammar', yang dianggap ahli retorika sebagai efek persuasive.
3. *As an environment*. Hal ini memunculkan pertanyaan mengenai kemungkinan interaksi, relasi dan ritual dari media yang berbeda, dengan media dilihat sebagai framing konteks sosial untuk berkomunikasi dan mentransmisikan makna.

c. Media baru

Kata "media baru" muncul untuk mengungkapkan cepatnya perkembangan media dan komunikasi dunia pada akhir tahun 1980. Media yang dimaksud selalu berada dalam tataran perubahan teknologi, institusi, dan budaya, tidak pernah berhenti. Berikut adalah keadaan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya dimana media baru diasosiasikan (Lister, 2009):

- a. Perubahan dari modernitas ke postmodernitas. Berusaha untuk mengkaraterisasikan kedalaman dan perubahan sosial di masyarakat dan perekonomian dari tahun 1960 ke depan, dikorelasikan dengan perubahan budaya. Dalam term estetis dan ekonomi, media baru biasanya dilihat sebagai sebuah penanda terhadap perubahan jenis itu.
- b. Mengintensifkan proses globalisasi. Menggabungkan negara dan batas-batasnya dalam tataran perdagangan, organisasi, kebiasaan dan budaya, identitas dan kepercayaan, dimana media baru dilihat sebagai elemen yang berkontribusi.

- c. Sebuah pengganti, di dunia Barat, era industri dengan 'post-industri' era informasi. Sebuah pergantian pegawai, keahlian, investasi dan keuntungan, dalam produksi material untuk pelayanan dan informasi industri dimana penggunaan media baru dilihat menjanjikan.

New media digunakan untuk mengarah pada hal-hal berikut (Lister, 2009):

- a. Pengalaman tekstual yang baru: genre dan bentuk teks yang baru, hiburan, dan pola konsumsi media (*computer games*, simulasi, *special effect cinema*).
- b. Cara baru untuk merepresentasikan dunia: media yang tidak selalu bisa didefinisikan dengan jelas, menawarkan kemungkinan representasi dan pengalaman yang baru (lingkungan virtual, multimedia interaktif)
- c. Hubungan baru antara subjek (pengguna dan konsumen) dengan teknologi media : perubahan dalam penggunaan dan penerimaan image dan media komunikasi di dalam keseharian, dan dalam pemaknaan yang ditaruh dalam teknologi media.
- d. Pengalaman yang baru dalam hubungannya dengan personifikasi, identitas, dan komunitas: perubahan dalam pengalaman sosial dan personal dalam waktu, ruang, dan tempat (dalam skala global dan local) yang memiliki implikasi terhadap cara kita mengalami diri sendiri dan tempat kita di dunia.
- e. Konsepsi baru terhadap hubungan tubuh biologis dengan teknologi media: tantangan untuk menerima perbedaan antara manusia dan bukan, alami dan teknologi, tubuh dan (media sebagai) pengganti secara teknologi, asli dan virtual.
- f. Pola baru dalam organisasi dan produksi: pengaturan yang lebih luas dan integrasi dalam budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, control, dan regulasi.

LITERASI MEDIA BARU

Subjudul di atas bisa diartikan dalam dua hal, literasi media-baru atau literasi-media baru. Tidak ada yang salah dari keduanya. Konsep pertama mengarah pada analisis kritis kita terhadap media yang selama ini “mengarahkan” kita. Mengajukan pertanyaan, seolah-olah kita sebagai produser, bagaimana cara efektif untuk menancapkan nilai untuk membentuk dan mengubah persepsi kita kepada jutaan audience media. Dan dengan cara seperti itulah kita menjaring pesan dari media.

Sedangkan konsep yang kedua ingin menunjukkan bagaimana kemampuan membaca kita ketika dihadapkan dengan media baru. Bagaimana teknologi media baru mengubah cara orang belajar, bermain, dan bermasyarakat di dunia nyata. Berhubungan dengan sesuatu yang baru memang memerlukan suatu keahlian yang baru juga, apalagi bila subjek yang berhadapan adalah kelompok remaja. Keahlian, pengetahuan, kerangka etika, dan kepercayaan diri diperlukan untuk bisa menjadi partisipan dalam budaya baru ini.

Definisi literasi media yang ditawarkan oleh *New Media Consortium* pada tahun 2005 adalah sebagai berikut:

“The set of abilities and skills where aural, visual, and digital literacy overlap. These include the ability to understand the power of images and sounds, to recognize and use that power, to manipulate and transform digital media, to distribute them pervasively, and to easily adapt them to new forms” (Jenkins, 2009)

Tidak bisa dipungkiri bahwa media baru ini lebih familiar dengan anak muda daripada orang tua maupun guru. Melarang bukan lagi menjadi sebuah pilihan. Menumbuhkan kesadaran untuk bisa melakukan dialog kritis dapat membantu mereka untuk lebih memahami makna dari pengalaman digital mereka.

Terdapat kelompok yang melihat bahwa remaja dapat mendapatkan literasi media tanpa bantuan dari orang lain. Mereka telah menguasai kompleksnya pengetahuan tentang

media baru dan masih tetap melakukan praktek sosial. Menurut Jenkins (2009) terdapat tiga kelemahan dari pandangan ini:

1. Kesenjangan partisipasi (*gap participants*). Semua remaja tidak memiliki akses yang sama terhadap teknologi media baru dan kesempatan untuk berpartisipasi di dalamnya.
2. Masalah transparansi (*transparency problems*). Remaja diasumsikan secara aktif merefleksikan pengalaman media mereka dan dapat mengkomunikasikan apa yang mereka pelajari dari keikutsertaan mereka.
3. Tantangan etika (*ethics challenge*). Remaja diasumsikan dapat mengembangkan, dengan sendirinya, norma etika untuk berhadapan dengan lingkungan sosial yang rumit dan beranekaragam.

Literasi remaja terhadap media baru harus diawali dengan penekanan terhadap ketiga hal tersebut.

Terdapat beberapa tahapan dalam literasi media baru (Jenkins, 2009):

1. **Literasi budaya media cetak.** Paling tidak, remaja memiliki kemampuan untuk menulis dan membaca di media cetak. Menulis blog, jurnal, mengungkapkan opini dan membalas komentar orang lain menjadi cara awal untuk mengasah kemampuan di *print culture*. Literasi media konvensional ini menjadi “indera penglihatan” bagi konsumsi media baru.
2. **Kemampuan meneliti.** Kemampuan untuk dapat mengakses buku, artikel, menggabungkan dan menganalisis informasi, membedakan antara fakta dan opini, membangun argumen menjadi kemampuan kedua yang harus dimiliki. Dunia disajikan kepada kita dalam bahasa, simbol yang tidak hanya memiliki pemaknaan tingkat pertama. Kemampuan untuk melakukan penelitian

menjadikan remaja memiliki *analytical competence*, menjadikannya tidak hanya bisa membaca melainkan “membaca” sesuatu hal.

3. **Keahlian teknis.** Mengikutsertakan keahlian digital media seperti log on, search, editing dan pengetahuan teknis yang berkaitan dengan pengoperasian media baru. Pengetahuan tentang teknis tidak boleh dianggap sepele. Perkembangan teknologi yang semakin cepat mengarah kepada tingkat adaptasi kemampuan operasionalisasi media yang cepat juga. Penguasaan yang tinggi terhadap kemampuan teknis ini harusnya juga dilengkapi dengan pengetahuan tentang *terms of service* yang biasanya dimiliki media baru, seperti Facebook.
4. **Studi media.** Pengetahuan terhadap bagaimana media beroperasi, ekonomi media, politik, serta seluruh aspek yang menyertainya juga menjadi hal penting bagi literasi remaja. Kita disuguhi media yang telah dikonstruksi oleh komunikatornya. Dunia dihadapkan kepada kita dalam persepsi yang telah disusun sesuai kepentingan pemilik modal. Kemampuan untuk bisa memposisikan diri sebagai produser pesan, membuat remaja lebih waspada terhadap media yang mereka konsumsi.

Keempat kemampuan tersebut menjadi dasar literasi yang harus dikuasai oleh remaja ketika mereka berinteraksi dan berkomunikasi dengan media baru. Mengingat pentingnya hal ini, pengajaran tentang melek media ini seharusnya dimasukkan dalam kurikulum sekolah ataupun workshop literasi media.

ETHICAL MIND

Berpikir mengenai pikiran sebagai serangkaian kemampuan kognitif, hal ini membantu kita untuk membedakannya dengan empat pikiran lainnya yang perlu kita gali untuk sukses menjadi seorang individu, masyarakat, dan manusia (Gardner, 2007):

1. *Discipline mind*. Kemampuan yang kita raih dari sekolah. Sejalan dengan berjalannya waktu, kita menjadi ahli lebih dari satu bidang, manajemen, music, dan lain-lain.
2. *Synthesizing mind*. Pikiran yang dapat mensurvei beragam sumber, menentukan apa yang penting dan layak diperhatikan dan menghubungkan informasi tersebut secara koheren.
3. *Creating mind*. Menghasilkan beberapa ide baru, inovasi, penemuan, atau mengambil resiko.
4. *Respectful mind*. Pikiran terbuka yang berusaha untuk memahami dan membentuk hubungan dengan orang lain. Orang dengan respectful mind merasa nyaman untuk terbuka dengan berbagai tipe orang.
5. *Ethical mind*. Penghormatan yang lebih luas kepada orang lain ke dalam hal yang lebih abstrak.

Ethical mind lebih berfokus pada komunitas daripada keempat pikiran yang lain. Oleh karena itu, bagaimana sebenarnya *ethical mind* tumbuh?

1. Berawal di rumah. Dimana anak melihat apakah orang tuanya bangga dengan apa yang dikerjakannya, apakah mereka melakukan kecurangan, dan lain-lain. Anak-anak juga menyerap nilai agama dan politik orang tuanya.
2. Teman sepermainan. Ketika anak mulai beranjak remaja, teman sepermainannya memiliki efek yang besar.
3. Lingkungan. Mengarah pada bagaimana lingkungan memperlakukan warganya. Apakah anak muda dan orang tua diperhatikan? Apakah ada kegiatan budaya dan sosial yang bisa dipelajari dan diikuti? (Gardner, 2007)

Walaupun bila kita sudah tumbuh dengan nilai etika yang kuat, perilaku buruk orang lain masih dapat mempengaruhi kita. Hal ini menunjukkan bahwa etika adalah sesuatu yang terus menerus dipelajari dan dipertahankan.

Pembahasan mengenai etika dalam media digital baru masih sangat jarang ditemukan. Dinding pembatas semu yang dimiliki oleh media baru ini mengarah pada wilayah abu-abu etika. Beberapa garis-garis besar mengenai etika media digital antara lain sifat identitas personal yang dibentuk secara online, privasi seseorang dalam lingkungan dimana berbagai macam informasi dapat didapatkan, makna *authorship* di ruang dimana berbagai contributor anonym menghasilkan pengetahuan, status intelektual dan bentuk property lainnya yang dapat diakses secara mudah oleh public luas, cara dimana individu (yang dikenal atau tidak) berinteraksi dan memperlakukan orang lain di cyberspace, dan kredibilitas dan keterpercayaan individu, organisasi, dan dampak yang biasanya ditimbulkan oleh internet (James, 2009).

PEMBAHASAN

Berkaitan dengan isu etika di atas, penulis hanya akan membahas dua tema besar, identitas dan privasi. Dua hal tersebut dianggap menjadi dasar bagi literasi dan etika remaja ketika bersinggungan dengan media baru.

1. Identitas

Masa remaja adalah masa dimana identitas dan jati diri berusaha dicari atau, lebih tepatnya, dibentuk. Erikson dalam Desmita (2008) menyatakan bahwa salah satu tugas perkembangan selama masa remaja adalah menyelesaikan krisis identitas, sehingga diharapkan terbentuk suatu identitas diri yang stabil pada akhir masa remaja. Remaja yang berhasil mencapai identitas dirinya akan memperoleh suatu pandangan yang jelas tentang dirinya. Kegagalan dalam mengatasi krisis ini akan membahayakan

masa depan remaja. Sehingga pemilihan figure imitasi pada remaja akan menjadi penentu keberhasilan remaja tersebut membentuk identitas dirinya.

Eksplorasi dan pembentukan identitas difasilitasi oleh ekspresi diri, refleksi diri, dan feedback dari orang lain (James, 2009). Di dunia nyata, remaja mengekspresikan diri mereka dengan berbagai macam cara. Melalui gaya berpakaian, model dan warna rambut, hobi, mereka berusaha mengatakan kepada orang di sekitarnya mengenai identitas jenis apa yang ingin mereka bentuk. Namun, identitas jenis ini tidak bisa sebebas-bebasnya diekspresikan. Ada norma, aturan, dan agama yang memberi batasan. Anak laki-laki yang suka menari mungkin tidak bisa mengekspresikan keinginannya karena larangan orang tuanya, yang mengatakan bahwa menari hanya untuk anak perempuan.

Media baru menyediakan “ruang aman” bagi eksplorasi identitas remaja. Turkle dalam James (2009) mendeskripsikan internet sebagai ruang subur bagi remaja untuk membebaskan diri dari kekangan fisik, sosial, dan ekonomi di dunia nyata, individu dapat mencoba berbagai identitas di lingkungan yang dianggap memiliki “resiko yang rendah”. Remaja bisa menggunakan berbagai nama gaul, menulis dengan gayanya sendiri, dan menunjukkan personalitinya yang tidak bisa ditunjukkan di dunia nyata. Internet memungkinkan lebih banyak bentuk ekspresi diri dan ruang untuk refleksi diri (James, 2009).

Feedback dari orang lain di ruang digital bisa membantu pembentukan identitas remaja. Bila di dunia nyata, mereka hanya memperoleh feedback dari orang-orang terdekat, di internet, feedback bisa berasal dari banyak orang, yang menjadi *friends* atau *follower*-nya. Dari feedback tersebut, remaja dapat melihat bagaimana reaksi orang lain, positif atau negative, dan dengan mudah dapat mengubah keputusan berdasarkan feedback tersebut. Feedback online menjadi validasi identitas seseorang. Perkembangan manusia terjadi dalam konteks sosial dan didukung oleh feedback

yang membantu individu menyatukan konsepsi diri mereka dengan persetujuan masyarakat atas dirinya (Stern dalam James, 2009).

Kebebasan ekspresi diri dengan berbagai macam identitas tidak selalu membawa efek positif. Perbedaan identitas yang ada di online dan dunia nyata dapat membingungkan orang yang tahu identitas kita di dunia nyata. Permainan identitas dapat membohongi dan mengarahkan “teman online” kepada kesimpulan yang salah tentang identitas kita yang sebenarnya. Bagi diri remaja, dia akan menemukan dua identitas yang berbeda dan merasa kesulitan untuk menggabungkan keduanya. Walaupun bukti menunjukkan bahwa kebanyakan remaja menggunakan identitas online yang merefleksikan elemen kunci dari identitas mereka sebenarnya (Huffaker dalam James, 2009), tapi tetap saja akan ada perbedaan di antara keduanya. Menurut Erikson (James, 2009), tujuan utama dalam eksplorasi identitas remaja adalah sebuah diri yang koheren, bersatu, dan bukannya serangkaian identitas yang terfragmentasi. Ketergantungan terhadap feedback yang diberikan orang lain juga dapat mengurangi kepercayaan diri remaja untuk memutuskan keputusannya sendiri.

Tanpa adanya media baru, identitas diri sudah merupakan sesuatu yang kompleks. Remaja menjadi masa yang paling rawan dalam tahapan perkembangan individu. Media baru menyediakan “bantuan” dalam pembentukan identitas remaja. Bantuan tersebut selayaknya digunakan dengan bijaksana untuk menghindari hal yang tidak perlu. Pemahaman akan pemanfaatan identitas ganda yang ditawarkan media baru menjadi sesuatu yang berguna bagi remaja. Tanpa pemahaman yang mendalam mengenai berbagai diri yang diekspresikan secara virtual, kita tidak bisa menggunakan pengalaman kita untuk memperkaya identitas yang nyata (Turkle dalam James, 2009).

2. Privasi

Privasi mengarah pada bagaimana data pribadi seseorang dan informasi mengenai orang lain ditangani dalam konteks sosial (James, 2009). Ketika identitas merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai seseorang, maka privasi lah yang menentukan informasi mana yang seharusnya ditunjukkan dan mana yang disembunyikan. Privasi berkaitan dengan *self disclosure*, keterbukaan diri yang dimiliki seseorang, apa yang akan dikomunikasikan seseorang mengenai dirinya sendiri kepada orang lain. Self disclosure antara lain meliputi: nilai dan kepercayaan, perilaku, dan kualitas diri (De Vito, 2001).

Menurut De Vito (2001), terdapat tiga hal yang mempengaruhi tingkat keterbukaan seseorang:

- a. **Siapa dirimu.** Orang yang pandai bersosialisasi, ekstrovert, berkompeten lebih bisa membuka diri dibanding orang yang kurang bersosialisasi dan lebih introvert.
- b. **Gender.** Perempuan lebih terbuka daripada laki-laki. Perempuan akan lebih membuka diri seiring dengan semakin dekatnya hubungan yang mereka jalin. Laki-laki memiliki topik2 tabu yang tidak akan mereka bicarakan kepada teman
- c. **Pendengarmu.** Keterbukaan diri cukup terlihat dalam kelompok yang kecil dibandingkan dengan kelompok besar.

Mempertimbangkan hal tersebut, privasi tiap orang akan memiliki tingkatan yang berbeda.

Hak privasi yang sering disinggung antara lain keadaan keuangan seseorang, catatan kesehatan/ medis, dan hubungan dengan orang lain (James, 2009). Pembicaraan yang mengikutsertakan ketiga masalah tersebut biasanya dilakukan oleh orang-orang dekat, kelompok yang dianggap berhak untuk memperoleh keterbukaan informasi. Hal ini menyebabkan isu tentang privasi di internet menjadi penting. Privacy setting menjadi hal yang wajib diperhatikan ketika seseorang ingin “hidup” di dunia digital. Ketika situs-situs menyediakan ruang untuk mempresentasikan identitas, seseorang harus menentukan informasi apa saja yang akan dikomunikasikan

dan sadar akan efek dari keterbukaan informasi tersebut di dunia maya. Contoh, bila seseorang mencantumkan tahun lahir atau status hubungannya (single/ in relationship/ it's complicated), yang bersangkutan harus siap menerima berbagai pandangan atau respon dari orang lain yang mengakses informasi tersebut.

Bagi banyak remaja, privasi bukanlah mengenai menyembunyikan informasi personal tapi lebih pada bagaimana mengaturnya secara berhati-hati – apa yang dibagi, bagaimana mempresentasikannya, dan siapa yang mengaksesnya (Woo dalam James, 2009). Dan hal ini diakomodasi oleh setting privasi, seperti di Facebook, dimana kita bisa menentukan, bukan hanya informasi apa saja yang kita ingin tunjukkan, melainkan juga siapa saja yang bisa mengakses informasi tersebut. Contoh, foto, note, atau status yang disetting untuk bisa dilihat orang-orang tertentu saja. Hal ini bukan saja bisa mengendalikan privasi seseorang, tapi juga mengatur seperti apa privasi mereka.

Banyak remaja yang memiliki asumsinya sendiri mengenai public dari kehidupan digital mereka. Weber dalam James (2000) mengatakan bahwa:

“Public is the new private: young people often realize that their blogs and homepage are public and accessible, but they trust that only their peers are interested enough to view them. Adults are supposed to know where they are not welcome and act accordingly.”

Asumsi seperti inilah yang menyebabkan adanya kasus penghinaan guru oleh siswanya melalui Facebook di Riau beberapa waktu yang lalu. Si murid tidak sadar bahwa ekspresi kekesalannya diketahui oleh guru yang bersangkutan. Ketidaktahuan (atau kecerobohan) mereka pun berbuah kartu DO dari sekolah.

Tingkat keterbukaan dari privasi seseorang memiliki dua mata pisau. Di satu sisi, feedback yang didapatkan dari informasi yang dikomunikasikan kepada orang lain dapat berbuah kepercayaan diri atau solusi mengenai sesuatu masalah. Contoh, kepercayaan diri muncul ketika tulisan online seseorang dipuji oleh publiknya. Hal

ini mendorong sang penulis untuk terus menulis, karena dia tahu bahwa tulisannya dihargai oleh orang lain. Atau ketika situs seperti Facebook menanyakan “What’s on your mind?”. Remaja yang ingin sharing mengenai masalah hidupnya, dengan menuliskannya di statusnya, dapat mendapatkan dukungan atau mungkin solusi dari friendsnya, yang bahkan tidak dikenalnya.

Di sisi lain, bahaya akan informasi yang dicantumkan di kehidupan maya dapat membuat kehidupan nyata kita mungkin terganggu. Alamat lengkap, nomor telfon, foto keluarga yang ditunjukkan di situs jejaring pertemanan dapat membuat public yang memiliki tujuan jahat bisa dengan mudah melakukan aksinya.

Privasi tidak selalu bersinggungan dengan informasi mengenai diri sendiri, melainkan juga dengan orang lain. Fitur *tag* (tanda) di Facebook membuat kita bisa menunjukkan konten foto/ note ke public. Kecepatan dan kemudahan sharing informasi seperti ini sering membuat privasi orang lain terganggu. Dan ketika suatu foto sudah diupload, dapat dipastikan kita sudah tidak bisa lagi mengendalikan aksesibilitasnya.

“We need to be close, but not too close, distant but not too distant”, seperti kata Silverstone (James, 2009). Dengan menetapkan jarak yang tepat antara diri dengan public dapat menjaga privasi seseorang sambil mempertahankan keterbukaan. Keputusan bijaksana untuk menentukan informasi apa saja yang akan dikomunikasikan dapat membuat remaja terhindar dari masalah fatal yang mungkin dapat ditimbulkan. Keterbukaan diri secara online ini dapat meningkatkan etika privasi remaja dengan melatihnya untuk mempresentasikan diri dan informasi mengenai orang dekat mereka dengan bertanggungjawab.

KESIMPULAN

Media baru dan masa remaja sama-sama dilihat sebagai sesuatu yang sedang mencari bentuknya. Belum stabilnya kedua hal ini memiliki kecenderungan untuk

saling menguntungkan atau malah merugikan di satu sisi. Kesadaran awal atas karakteristik media baru dalam hubungannya dengan pengguna remaja diharapkan dapat mengurangi eksese negative terhadap dampak yang ditimbulkannya. Literasi dan etika terhadap media baru menjadi kunci bagi remaja untuk bisa memperkaya identitas serta menjaga privasi yang dimilikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Desmita. 2008. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Rosda
- Hurlock, Elizabeth B. 1980. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga
- Livingstone, Sonia. 2002. *Young People Media*. London: Sage Publications
- Lister, Martin et.al. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge
- Osgerby, Bill. 2004. *Youth Media*. London: Routledge
- James, Carrie et.al. 2009. *Young People, Ethics, and The New Digital Media: A Synthesis from the GoodPlay Project*. Cambridge: MIT Press
- Metzger, Miriam J. et.al (edt). 2008. *Intoduction: Digital Media, Youth, and Credibility*. Cambridge: MIT Press
- Gigli, Susan. 2004. *Digital, Media, and Youth Around The World: And Overview of Trends and Issues*. Published for 4th World Summit on Media for Children and Adolescents, Rio de Janeiro, Brazil.
- De Vito, Joseph. 2001. *The Interpersonal Communication Book*. Allyn and Bacon Publisher.
- Gardnes, Howard. 2007. *Different Voice: The Ethical Mind*. Harvard Business School Publishing.

Jenkins, Henry. 2009. *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Illinois: MacArthur Foundation.