

Media sosial dan realitas konsumsi remaja = Social media and consumptions of reality for adolescent

Rino Febrianno Boer, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329053&lokasi=lokal>

Abstrak

Media sosial terus berkembang di Indonesia sejalan dengan peningkatan jumlah penggunaanya yang terutama adalah remaja. Teknologi komunikasi dan sistem tanda yang ada di media sosial ternyata dapat mendorong pengguna untuk melakukan tindakan konsumsi. Karakter media sosial yang berbeda dengan media tradisional menghadirkan realitas konsumsi yang berbeda bagi remaja. Permasalahan yang akan dibahas adalah Bagaimana relasi antara media, tanda, dan makna di media sosial sehingga dapat mendorong konsumsi oleh remaja? Bagaimana berlakunya persuasive technology dibalik terjadinya konsumsi oleh remaja melalui media sosial? Mengapa media sosial dapat membuat remaja menjadi lebih konsumtif? Penggunaan konsep sistem tanda dari Jean Baudrillard dan teknologi persuasi dari BJ Fogg menjadi dasar kajian terhadap relasi antar individu di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian sosial-konstruktivis di dalam paradigma interpretif. Studi dokumen, wawancara mendalam serta observasi dilakukan terhadap informan yang terdiri dari para remaja pengguna media sosial di Jakarta. Relasi antara teknologi yang mempersuasi dan sistem tanda di media sosial menghadirkan proses konsumsi yang berbeda dengan kondisi sebelum media sosial ada seperti pada saat ini. Sebagai aplikasinya di Indonesia, penelitian ini menawarkan konsep baru yang disebut social persuasive technology dengan melihat interaksi aktif sebagai komponen utama didalamnya yang sekaligus memperlihatkan perubahan dari proses yang mekanik-deterministik menjadi reflektif di dalam diri remaja.

.....Nowadays, utilization of social media continues to grow in Indonesia in line with the increased number of users who are mainly adolescents. Communications technologies and sign system on social media could encourage users to make consumption. Different characteristic between social media and traditional media could represent a difference of consumption of reality for adolescents. Issues to be discussed is How is the relationship between media, signs, and meanings in social media so that these things can encourage a consumption by adolescent? How is a role of persuasive technology behind consumption taken by adolescent through social media? Why social media could make adolescent become more consumptive? The main concepts that will be used here are Sign Systems by Jean Baudrillard and Persuasive Technology by BJ Fogg. It could be used as basis for analysis of relationship between individual through social media. This study used a qualitative approach with research methods is social-constructivist which is under an interpretive paradigm. Study of documents, in-depth interviews, and observations will conduct on informants those are users of social media in Jakarta. The relationship between technology and sign systems to persuade in social media presents a difference consumption processes with the condition before social media has not been recognized as now. As an application in Indonesia, this study offers a new concept called Social Persuasive Technology in which an Active Interaction as a major component therein and make a mechanic-deterministic process could change into a reflective.