

Psikologi dan Teknologi Informasi



Psikologi dan Teknologi Informasi

Psikologi dan Teknologi Informasi
(Seri Sumbangan Pemikiran Psikologi Untuk Bangsa 2)

ISBN 978-602-96634-4-0

Editor:

1. J. Seno Aditya Utama
2. Juneman Abraham
3. Tjipto Susana
4. Ilham Nur Alfian
5. A. Supratiknya

Perpustakaan Nasional RI. Data Katalog dalam Terbitan (KDT)

Psikologi dan Teknologi Informasi / editor, J. Seno Aditya Utama ... (et. al.).

-- Jakarta: Himpunan Psikologi Indonesia, 2016.

xxx+ 516 ; 17 x 25 cm. -- (Seri Sumbangan Pemikiran Psikologi Untuk Bangsa 2)

ISBN 978-602-96634-4-0

1. Psikologi Terapan. 2. Teknologi Informasi. I. Seno Aditya Utama, J. II. Seri.

158

Perwajahan sampul; Pius Sigit

Hak cipta dilindungi oleh Undang Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penulis atau Penerbit.

Cetakan Pertama, Oktober, 2016

Penerbit:



HIMPSI

Himpunan Psikologi Indonesia

Jl. Kebayoran Baru No.85B

Kebayoran Lama, Velbak,

Jakarta 12240 Indonesia

Telp./Fax.: 021-72801625

Website: himpsi.or.id

Email: sekretariatpp_himpsi@yahoo.co.id, sekretariat.pp@himpsi.or.id

Daftar Isi

Hidup Kita di Era Digital: Sebuah Pengantar	iii
Sambutan Ketua Umum HIMPSI	xxi
Executive Note Kepala Staf Kepresidenan	xxv
Daftar Isi	xxvii
1. Penggunaan Teknologi dalam Intervensi Keluarga	
<i>Agnes Maria Sumargi</i>	1
2. Permainan Komputer sebagai Media Edukasi dan Internalisasi Nilai Tertib Lalu Lintas pada Anak: Tantangan dan Peluang	
<i>Diany Ufieta Syafitri, Ardias Nugraheni, Azizah Kartika Nugraheni, Firdaus Ismail Sholeh, & Rifauddin Tsalitsy</i>	17
3. Teknologi dalam Pembelajaran pada Anak Berkebutuhan Khusus	
<i>Weny Savitry S. Pandia</i>	35
4. Diskusi Online dan Berpikir Kritis di Pendidikan Tinggi	
<i>F.A. Triatmoko H.S. & Sri Hartati S. Reksodiputro-Suradijono</i>	51
5. Virtual World 3D dalam Praktek Kerja Profesi Psikologi bidang Psikologi Industri dan Organisasi	
<i>Winandi Mardajaya & Arief Fahmie</i>	69
6. Desain J-test untuk Penyusunan Profil Karir Berbasis Web	
<i>Arief Fahmie, Muthia Nurrakhmi, & Jenny Handayani</i>	81
7. Usability: Psikologi dan Human-Interface Interaction yang Mutual.	
<i>Ratri Atmoko Benedictus</i>	93

8. Media Sosial dan Budaya “Ale Rasa Beta Rasa” di Maluku	
<i>Jeanete Ophilia Papilaya</i>	109
9. Moralitas di Internet: Kegagapan akan Ruang Publik Baru	
<i>Subhan El Hafiz</i>	119
10. Media Sosial dan <i>Human Trafficking</i>: Sebuah Ulasan	
<i>Ike Herdiana</i>	127
11. Radikalisasi Online Kelompok Teroris di Indonesia	
<i>Mirra Noor Milla</i>	145
12. Cyberloafing di Tempat Kerja: Merugikan atau Menguntungkan?	
<i>Seger Handoyo</i>	163
13. Fenomena Kekinian dan Potensi Masalah Kejiwaan	
<i>Josephine Maria Julianti Ratna</i>	181
14. Pola Asuh Efektif untuk Anak di Era Digital	
<i>Elizabeth T. Santosa</i>	199
15. Menumbuhkan Online Resilience pada Anak: Tantangan dalam Pengasuhan di Era Teknologi Digital	
<i>Wiwini Hendriani</i>	213
16. Online Shopping pada Mahasiswa: Belanja di Persimpangan Jalan	
<i>Erita Yuliasesti Diahsari & Hayu Lestari</i>	227
17. Kepercayaan Konsumen terhadap Pusat Perbelanjaan Digital di Indonesia	
<i>Jony Eko Yulianto</i>	239
18. Kisah Wirausaha Muda di Era Digital	
<i>Hendro Prabowo & Alia Rizki Fauziah</i>	259
19. Meneropong Penelitian Media Sosial di Indonesia: Tinjauan Cakupan	
<i>Beatriks Novianti Kiling-Bunga, Indra Yohanes Kiling & Marselino Kharitas Purna Abdi Keraf</i>	273
20. Kepatutan Sosial Penelitian Mahasiswa Psikologi Generasi Digital	
<i>Mahargyantari Purwani Dewi & Hendro Prabowo</i>	291

21. Memori Alam, Memori Cyber, Pikiran, Perilaku, dan Kualitas Peradaban Manusia	
<i>Akhmad Junaidi & Weni Endahing Warni</i>	299
22. Mengelola Aspirasi Sosial-Digital Masyarakat Indonesia sebagai Instrumen Perubahan Sosial	
<i>Indro Adinugroho</i>	315
23. Dinamika Pemilihan dan Penolakan Informasi Pornografi di Kalangan Remaja DKI Jakarta	
<i>Inge Hutagalung</i>	331
24. Sisi Kemanusiaan Media Sosial	
<i>Imadduddin Parhani & Yulia Hairina</i>	351
25. Di Mana Superego dalam Dunia Maya?	
<i>Ira Puspitawati, M.M. Nilam Widayarni, & Dona Eka Putri</i> .	367
26. Anonimitas dan Pemenuhan Kebutuhan Psikososial melalui Pengungkapan Diri di Media Sosial	
<i>Rahkman Ardi</i>	379
27. Inklusi dan Aksesibilitas: Jalan untuk Kembali Menjadi Manusia Seutuhnya	
<i>Penny Handayani & Anissa Azura</i>	401
28. "Serapan Teknologi Informasi" dan Tantangan Profesi Psikologi: Catatan Kecil Seorang Praktisi	
<i>Diby Soemantri Priambodo</i>	417
29. Psikologi Abal-Abal di Era Digital	
<i>Ignatius Ryan Jeffri Dharmawan, Rizki Restuning Tiyas, & Riska Andari</i>	431
30. Integrasi Psikologi dan Teknologi Informasi	
<i>Clara Moningka</i>	445
31. Psikoteknologi dan Perkembangan Psikologi Indonesia	
<i>Raymond Godwin</i>	459
Indeks	471
Tentang Penulis	487

Dinamika Pemilihan dan Penolakan Informasi Pornografi di Kalangan Remaja DKI Jakarta

Inge Hutagalung

Dewasa ini masyarakat hidup dalam era keberlimpahan informasi yang terus menerus dibawa media keruang kehidupan pribadi seseorang. Informasi ini seakan mengalir tanpa kenal waktu lewat berbagai jenis media, seperti surat kabar, tabloid, majalah, buku, komik, radio, televisi, film, video, VCD/DVD, internet, telepon genggam (HP) ditambah pula berbagai corak selebaran mulai dari penjualan rumah, mobil, motor, promosi kredit hingga infobelanja.

Salah satu masalah sosial di Indonesia yang perlu mendapatkan perhatian berkaitan dengan keberlimpahan informasi adalah pornografi. Mulai dari film layar lebar, televisi, komik, novel, suratkabar, tabloid, majalah, VCD/DVD, *handphone*, maupun situs internet. Aneka media ini tidak jarang menyajikan tayangan berbau pornografi secara langsung maupun tidak langsung dan marak dijumpai baik di kota besar maupun kecil, bahkan sampai ke pedesaan sekalipun.

Dari data *Google Tren*, diketahui bahwa pada tahun 2015 Indonesia berada pada peringkat pertama pengakses kata kunci 'sex' dan 'phone' di mesin-mesin pencari (*search engine*) internet (Lende, 2015). Yang memprihatinkan, ketika diteliti lebih mendalam ternyata

pengakses materi pornografi terbesar adalah remaja, yang merupakan generasi muda bangsa.

Keprihatinan muncul seiring dengan efek pornografi terhadap pengguna maupun orang-orang yang dicintai oleh si pengguna. Bagi pengguna, pornografi memiliki efek samping negatif yang serius. Pornografi mengakibatkan kerusakan pada lima bagian otak, terutama pada *pre frontal cortex* (bagian otak yang tepat berada di belakang dahi & otak logika). Akibatnya bagian otak yang bertanggung jawab untuk logika akan mengalami cacat karena hiperstimulasi tanpa filter (otak hanya mencari kesenangan tanpa adanya konsekuensi). Rusaknya otak akan mengakibatkan korban mudah mengalami kebosanan, merasa sendiri, marah, tertekan dan lelah. Selain itu, dampak yang paling mengkhawatirkan adalah penurunan prestasi akademik dan kemampuan belajar, serta berkurangnya kemampuan pengambilan keputusan (Risman, 2015).

Pornografi juga berpotensi meningkatkan perilaku seks pranikah di kalangan remaja, yang berimbas pada munculnya kasus kehamilan tidak dikehendaki (KTD), dan tindakan aborsi yang kerap dianggap sebagai sebuah solusi permasalahan KTD. Tindakan aborsi sangat berisiko tinggi terhadap kesehatan reproduksi. Komplikasi yang dialami akibat aborsi dapat menyebabkan pendarahan hebat, infeksi dan keracunan dari bahan yang digunakan untuk pengguguran kandungan, kerusakan pada alat kemaluan serta kerusakan permanen pada organ reproduksi yang lebih jauh dapat mengakibatkan infertilitas atau bahkan kematian. Selain KTD, perilaku seks pranikah juga rawan dan dapat memicu berbagai masalah sosial lainnya seperti kehamilan usia muda, infeksi penyakit menular seksual (PMS), HIV/AIDS, kanker serviks.

Dari hasil penelitian Murti (2008) pada remaja disalah satu SMU swasta di Jakarta Selatan diketahui bahwa proporsi pemaparan pornografi melalui media cetak adalah sebesar 32,7% dengan frekuensi tinggi dan 67,3% siswa termasuk kedalam frekuensi rendah. Sedangkan untuk proporsi pemaparan siswa terhadap pornografi melalui media elektronik adalah sebesar 50,7% termasuk frekuensi tinggi dan 49,3% termasuk frekuensi rendah.

Survei yang dilakukan oleh Yayasan Kita dan Buah Hati di Jabodetabek (singkatan dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)

dan penolakan informasi disebabkan faktor *reversibility* sebuah keputusan. Jika sebuah keputusan mudah untuk diubah maka orang akan mencari berbagai jenis informasi, baik yang bertentangan maupun mendukung keputusan. Sebaliknya, jika sebuah keputusan tidak mudah untuk diubah maka orang cenderung akan mencari dan memilih informasi yang mendukung keputusan dan menolak informasi yang bertentangan.

Di sisi lain, David (2005) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pilihan orang akan media ataupun informasi tidak hanya ditentukan oleh faktor yang bersifat individual (kepentingan dan kebutuhan individu semata), tetapi juga ditentukan oleh struktur sosial, berupa norma sosial (meliputi kepantasan, kesopanan, kepercayaan dan lainnya) dalam suatu masyarakat. Pilihan individu dan struktur sosial itu harus dilihat sebagai suatu 'dualitas' yang saling memengaruhi. Individu dibentuk oleh struktur (norma sosial) dan pada saat bersamaan individu juga bisa mengubah dan membentuk struktur yang ada dalam masyarakat tersebut (David, 2005).

Pertanyaan yang kemudian muncul berkaitan dengan kondisi keberlimpahan informasi dalam konteks informasi tentang pornografi adalah jika individu aktif menentukan dan melakukan pilihan atas sebuah informasi, maka faktor-faktor apa saja yang berperan memengaruhi perilaku pemilihan dan penolakan informasi (*selective exposure*) pornografi?

Teori Disonansi Kognitif: Sumber Konsep *Selective Exposure*

Gagasan pemikiran mengenai adanya perilaku seleksi (pemilihan dan penolakan) pada paparan sebuah informasi secara tidak langsung telah diawali pada awal tahun 1940 an, melalui sebuah kajian komunikasi politik klasik tentang pemilihan umum di daerah Erie County, Ohio (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944) dan Elmira, New York (dalam Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954). Saat itu terminologi *selective exposure* telah dikenal, namun baru diuraikan secara rinci seiring dengan penjelasan salah satu hipotesa dari teori disonansi kognitif (Freedman & Sears, 1965).

Dalam teori disonansi kognitif, Festinger menegaskan dua hipotesa yang menjadi dasar teorinya, salah satunya adalah *selective exposure* yaitu manakala disonansi muncul dalam kaitan untuk menguranginya individu akan secara aktif menghindari situasi ataupun informasi yang dapat meningkatkan disonansi, dan akan memilih situasi ataupun informasi yang konsonan (Festinger, 1957; Littlejohn & Foss, 2005). Sejak dirumuskan pada tahun 1957 oleh Festinger, *selective exposure* telah banyak dikaji ulang oleh para ahli. Berbagai penelitian telah dilakukan untuk melakukan pengkajian lebih mendalam terhadap fenomena ini. Dari berbagai kajian terkait perilaku pemilihan dan penolakan informasi (*selective exposure*), terbukti bahwa individu tidak selalu memilih informasi yang sesuai (*congenial information*) dan menolak informasi yang bertentangan (*uncongenial information*) dengan keyakinan (*belief*) yang dimiliki. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa banyak orang yang secara khusus akan memerhatikan bagian-bagian sebuah pesan yang bertentangan dengan sikap, kepercayaan, atau perilaku yang dianutnya untuk memperkuat argumentasi. Terdapat juga banyak bukti bahwa orang akan memerhatikan hal-hal yang tidak mendukung posisi mereka apabila mereka yakin bahwa hal-hal itu akan mudah disangkal. Orang akan menolak informasi yang mendukung keyakinan mereka bila informasi itu dianggap lemah. Karena informasi yang lemah akan menyebabkan kegalauan atau ketidakmantapan pada keyakinan yang dimiliki. Penolakan terhadap informasi yang bertentangan juga akan dilakukan manakala keputusan yang akan diambil tidak dapat diubah. Di sisi lain, informasi yang bertentangan akan diterima jika informasi itu memiliki kegunaan/manfaat (Brock & Balloun, 1967; Feather, 1962; Freedman, 1965; Freedman & Sears, 1965; Knobloch-Westerwick, Carpentier, & Zillmann, 2003; Knobloch-Westerwick, Carpentier, Blumhoff, & Nickel, 2005; Lowe & Steiner, 1968; Rosen, 1961; Frey dalam Zillmann, 1985).

Sementara itu, selain merumuskan bahwa tidak selamanya informasi disonan akan ditolak, penelitian Freedman dan Sears (1965) merupakan penelitian pertama yang menyatakan bahwa *selective exposure* tidak berhubungan dengan kondisi psikologis. Pasca pengujian yang dilakukan Freedman dan Sears (1965), banyak dilakukan penelitian terhadap penyebab perilaku pemilihan dan

penolakan informasi yang berhasil membuktikan bahwa variabel keyakinan (*belief*) bukanlah merupakan satu-satunya penyebab timbulnya *selective exposure*. Ada banyak variabel dalam kehidupan manusia yang menentukan orang untuk memilih ataupun menolak sebuah informasi (Ahn, 2010; Behling, 1971; David, 2005; Davies 2004; Festinger 1964; Freedman, 1965; Freedman & Sears, 1965; Frey 1986; Cotton dalam Hendricks 1997; Hart, 2009; Knobloch et.al, 2003, 2005; Lowin, 1967; Schulman, 1971; Zillmann & Bryant, 1985).

Perkembangan Penelitian *Selective Exposure*

Pada awal pemikiran, Festinger (1957) telah menempatkan keyakinan (*belief*) sebagai variabel yang menyebabkan *selective exposure*. Melalui penelitian terhadap sekelompok anggota sekte di Chicago Amerika Serikat pada Desember 1956, Festinger dan rekan menganalisa bahwa keyakinan (*belief*) yang kuat terhadap keimanan kelompok telah membuat anggota sekte melakukan seleksi informasi terkait ramalan kiamat dunia (McKimmie, Terry, & Hogg, 2003).

Seiring perjalanan waktu, penelitian penyebab *selective exposure* (sejak tahun 1957 hingga tahun 2010) dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok aspek, yaitu psikologis, pesan, dan sosial. Aspek psikologis, berkaitan dengan pengaruh psikologis terhadap perilaku *selective exposure*, seperti variabel keyakinan (*belief*), kepercayaan diri, komitmen, suasana hati. Aspek pesan berkaitan dengan karakteristik pesan yang berpengaruh terhadap pilihan dan penolakan seseorang terhadap sebuah informasi. Di sini pilihan seseorang dijelaskan sebagai akibat karakteristik dari pesan itu sendiri, seperti kegunaan informasi, kepastian informasi, relevansi informasi. Selanjutnya, aspek sosial berkaitan dengan karakteristik individu sebagai makhluk sosial. Seseorang bukan hanya berposisi sebagai individu, tetapi juga sebagai bagian dari lingkungan sosial.

Tabel 1. Penelitian Penyebab *Selective Exposure* (1957 - 2010)

ASPEK	VARIABEL
Psikologis	1. Keyakinan (<i>belief</i>): Festinger, 1957; Ehrlich dan rekan, 1957; Mills dan rekan, 1959; Adams, 1961; Mills, 1965a; Rosen, 1961; McFarland dan Warren, 1992; Chafee dan rekan, 2001; Redlawsk 2002; Taber dan Lodge, 2006, Bobkowski, 2007.
	2. Komitmen: Brehm dan Cohen, 1962; Mills dan Ross, 1964; Mills, 1965; Behling, 1971; Lawson, 1969.
	3. Self-confidence: Festinger, 1964; Freedman, 1965; Lowin, 1969; Thayer, 1969; Schultz, 1974.
	4. Suasana Hati: Zillman dan Bryant, 1985; Anderson dan rekan, 1996, Hawkin dan rekan, 2001, Davies, 2004.
	5. Motivasi: Chaiken, et.al, 1996; Chen, et.al, 1999.
Pesan	1. Konsep Kepastian Informasi: Mills dan Ross, 1964.
	2. Konsep Relevansi Informasi: Mills dan Jellison, 1968.
	3. Manfaat/kegunaan Informasi: Festinger, 1964; Cannon, 1964; Freedman dan Sears, 1965; Freedman, 1965a, Atkin, 1973; Katz, 1968; Cotton, 1985; Frey, 1986; Knobloch dan rekan, 2003, 2005.
	4. Kegunaan Sosial: Chafee dan McLeod, 1968.
	5. Refutability: Lowin, 1967; Brock dan Balloun, 1967.
Sosial	1. Norma Sosial/Kelompok: Sears, 1965; Klapper, 1960; David, 2005.
	2. Dukungan Kelompok: Schulman, 1971; Dohyun, 2010.

Sumber: Hutagalung, 2012

Dari perkembangan kajian *selective exposure* terlihat bahwa mayoritas kajian *selective exposure* yang dilakukan oleh para ahli cenderung berfokus pada pembuktian adanya pengaruh lain selain variabel keyakinan (*belief*) sebagai penyebab *selective exposure*. Ada peneliti yang tertarik untuk melihat dari sisi pengaruh aspek psikologis seseorang. Sementara peneliti lain lebih tertarik untuk mengkaji dari aspek pesan, dan lainnya dari aspek sosial.

Kecenderungan kajian mengenai penyebab *selective exposure* yang hanya berfokus pada satu variabel (misalnya variabel keyakinan saja, komitmen saja, atau aspek pesan saja atau aspek sosial saja) mempunyai kelemahan. Pertama, penjelasan terkait fenomena *selective exposure* dalam satu dekade terakhir menjadi kurang memuaskan bila hanya dijelaskan berdasarkan pengaruh satu variabel karena

terbukti *selective exposure* dapat disebabkan oleh lebih dari satu variabel dari berbagai aspek. Kedua, sebagaimana ditegaskan oleh para ahli adalah sulit untuk menemukan kenyataan bahwa perilaku komunikasi seseorang hanya dipengaruhi seperangkat aspek dari dalam diri tanpa memerhatikan pengaruh dan keterlibatan aspek lain. Bahwa manusia dalam melakukan pengolahan informasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal diri (psikologis) namun juga dipengaruhi oleh interaksi sosial yang dilakukan sebagai perwujudan dari makhluk sosial (Griffin, 2006; Littlejohn, 1999; Fazio, et.al, dalam Perloff, 2010; Sarwono, 1999).

Model Pemilihan dan Penolakan Informasi Pornografi

Berdasarkan integrasivariabel keyakinan (*belief*) yang merupakan variabel mewakili aspek psikologis, variabel kegunaan informasi mewakili aspek pesan, dan variabel dukungan kelompok mewakili aspek sosial sebagai variabel-variabel yang memengaruhi *selective exposure*, diketahui bahwa *selective exposure* bukan hanya bisa disebabkan oleh satu aspek, misalnya aspek psikologis atau aspek pesan ataupun aspek sosial, tetapi juga bisa disebabkan karena integrasi hubungan dari berbagai aspek. Adapun penjelasan lebih lanjut adalah sebagaimana ulasan berikut ini.

Dalam teori disonansi kognitif, keyakinan (*belief*) diposisikan sebagai seperangkat nilai yang diinformasikan kepada seseorang (pada awalnya melalui keluarga) yang disimpan secara kognitif. Keyakinan (*belief*) ada pada diri manusia sebagai disposisi psikologis. Premis utama dari *selective exposure* yang memosisikan keyakinan (*belief*) sebagai variabel yang memengaruhi *selective exposure* merupakan bentuk tataran komunikasi intrapersonal. Yaitu, suatu bentuk komunikasi dalam diri berdasarkan nilai-nilai yang diyakini untuk melakukan pilihan atau penolakan terhadap sebuah informasi.

Lebih lanjut, sebagai makhluk sosial dalam kehidupannya individu akan berinteraksi satu sama lain. Hubungan komunikasi yang terjalin dalam lingkungan/kelompok sosial, baik pada tataran interpersonal maupun kelompok bisa memengaruhi keyakinan (*belief*) seseorang. Kekuatan pengaruh dari lingkungan/kelompok terhadap keyakinan (*belief*) sangat ditentukan oleh seberapa erat dan kebutuhan individu

untuk tetap menjalin komunikasi dengan kelompok/lingkungan sosial yang ada. Semakin erat dan butuh maka akan semakin kuat pengaruh lingkungan/kelompok terhadap keyakinan (*belief*), dan sebaliknya.

Teori identitas sosial bisa dipakai untuk membantu menjelaskan bagaimana dukungan kelompok bisa memengaruhi keyakinan (*belief*). Teori identitas sosial, Tajfel dan Turner (1979) menegaskan bahwa keanggotaan kelompok menciptakan *in-group*/kategorisasi diri (lihat Severin & Tankard, 2008; Sarwono, 1999). Untuk penyempurnaan rasa *in-group* dilakukan perumusan aturan maupun kesepakatan bersama, yang dinamakan norma. Norma ini diperlukan oleh individu anggota kelompok dalam masyarakat untuk melindungi diri dari ancaman pelanggaran hak dari orang atau kelompok atau pihak lain (Sarwono, 2001).

Lebih lanjut, norma yang terbentuk dalam kelompok sosial menimbulkan norma subyektif (*subjective norms*), yaitu keyakinan individu mengenai apa yang orang lain atau lingkungan sosial yang cukup berpengaruh inginkan agar ia berbuat. Dalam teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*), Ajzen (1988) menyatakan bahwa dari norma subyektif seseorang akan memiliki *normative belief*. Yaitu, bahwa ketika nilai-nilai kesepakatan dilanggar oleh individu yang menjadi anggota/bagian dari kelompok maka akan timbul sanksi yang dapat merupakan sanksi sosial (berupa hukuman sosial, seperti: dikucilkan, dikeluarkan dari keanggotaan) maupun sanksi moral (seperti perasaan bersalah, berdosa dan lainnya).

Dalam kasus pornografi, apabila realita sesuai dengan keyakinan (*belief*) yang dimiliki seseorang yaitu melarang ataupun menolak pornografi maka keyakinan (*belief*) tidak akan berubah. Namun sebaliknya, manakala realita tidak menabukan pornografi sementara keyakinan (*belief*) melarang pornografi, maka keyakinan (*belief*) bisa berubah. Perubahan keyakinan (*belief*) tergantung seberapa erat hubungan interaksi antara individu dengan realita yang ada. Semakin erat hubungan maka semakin cepat perubahan keyakinan (*belief*) dilakukan, dan sebaliknya. Perubahan yang dilakukan merupakan perwujudan upaya pencapaian keseimbangan kognitif.

Lebih lanjut, dalam konteks penelitian terkait pemilihan dan penolakan informasi tentang pornografi, kegunaan informasi dilihat

dengan tujuan untuk menambah pengetahuan, dan bukan untuk menguatkan atau melemahkan keyakinan (*belief*) terhadap pornografi. Jadi, kegunaan informasi lebih ditujukan sebagai pemenuhan kebutuhan akan sebuah informasi, dan bukan ditujukan untuk mendukung ataupun menghalangi perilaku tertentu (*control belief*).

Sementara itu, pengaruh yang kuat dari variabel kegunaan informasi terhadap *selective exposure* dapat disikapi sebagai imbas dari kehidupan manusia saat ini yang berada dalam era keberlimpahan informasi, sebagai akibat kemajuan dan kecanggihan teknologi dan informatika. Perkembangan baru dalam teknologi komunikasi menyebabkan perbedaan antar media massa semakin tipis dibandingkan sebelumnya. Banyak koran dan sumber berita memiliki website yang digunakan untuk menyalurkan berita. Rangkaian komputer maupun telepon genggam telah dilengkapi televisi secara terpadu, sehingga perangkat elektronik dimaksud bersifat multifungsi.

Perkembangan media komunikasi elektronik ini juga mengubah pendekatan komunikasi. Media massa tradisional yang pada dasarnya menawarkan model komunikasi "satu-untuk-banyak" (misalnya surat kabar, televisi, radio) menjadi "banyak-untuk-satu" (penggunaan email, website) dan "banyak-untuk-banyak" (penggunaan milis, kelompok dalam telepon genggam ataupun diskusi via elektronik).

Dalam konteks pornografi, adanya perubahan pendekatan komunikasi dari model komunikasi "satu-untuk-banyak" menjadi "banyak-untuk-satu" dan "banyak-untuk-banyak" sangatlah mempercepat penyebaran informasi tentang pornografi. Sebagai contoh: kasus pornografi Ariel dan Luna Maya. Sesungguhnya perbuatan intim kedua sejoli merupakan urusan pribadi keduanya, namun karena ada oknum yang mengunduh dan menyebar luaskan video hubungan intim tersebut melalui jejaring sosial maka hubungan yang semula bersifat pribadi akhirnya menjadi milik masyarakat secara umum, dan digolongkan sebagai kasus pornografi.

Pada kehidupan nyata, kasus seperti Ariel sangatlah banyak terjadi. Kasus pribadi yang berubah menjadi kasus publik ini bercampur dengan informasi tentang pornografi yang memang diperuntukkan untuk konsumsi publik. Mengantisipasi keberlimpahan informasi pornografi ini, individu akan memilih informasi yang dianggap memiliki manfaat sesuai dengan minat dan kebutuhan. Adanya seleksi

informasi berdasarkan minat dan kebutuhan sekaligus membuktikan bahwa individu merupakan makhluk aktif dalam proses pengolahan informasi.

Teori kegunaan informasi dapat lebih menjelaskan bagaimana sebuah informasi yang memiliki manfaat akan dipilih. Teori ini menjelaskan bahwa motivasi seseorang dalam memilih dan menghindari informasi tidak disebabkan oleh apakah informasi itu menimbulkan konsonansi atau disonansi, tetapi lebih dipicu oleh kegunaan informasi bagi seseorang. Kegunaan/manfaat dari informasi hanya dapat dirasakan manakala seseorang memiliki tujuan orientasi dan tujuan penyesuaian diri yang akan dicapai melalui perolehan informasi, baik informasi negatif maupun positif (ancaman ataupun kesempatan), karena masing-masing informasi diyakini memiliki manfaat.

Informasi dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang akan petunjuk (bagaimana menilai sesuatu), penguatan (konfirmasi ulang atas suatu sikap) maupun *performance* (bagaimana melakukan sesuatu). Karena pemilihan dan penolakan sebuah informasi dilakukan berdasarkan manfaat/kegunaan yang dimiliki, maka dalam proses pemenuhan kebutuhan akan informasi individu tidak hanya melakukan seleksi pada informasi yang menguntungkan atau sesuai dengan keyakinan (*belief*), tetapi juga akan melakukan seleksi informasi yang merugikan atau bertentangan dengan keyakinan (*belief*).

Dalam kasus pornografi, sesungguhnya remaja memerlukan pengetahuan tentang seks mengingat seks juga berkaitan dengan perkembangan psikologis remaja. Melalui informasi tentang seks, remaja dapat belajar untuk mengambil keputusan seksual secara dewasa, terbimbing dan mendapat penjelasan tentang perubahan fungsi organ seksual sebagai tahapan yang harus dilalui dalam kehidupan manusia. Dengan kata lain, pengetahuan tentang seks memiliki manfaat bagi remaja untuk lebih memahami apa sesungguhnya seks, dan membantu remaja untuk melalui setiap perkembangan psikologis yang berkaitan dengan masalah seks itu sendiri. Adanya kegunaan informasi yang dirasakan remaja terhadap informasi tentang seks inilah yang menjadikan remaja kerap memilih

informasi tentang pornografi, walaupun mungkin informasi tersebut bertentangan dengan keyakinan (*belief*) yang dimiliki.

Di sisi lain, pemilihan informasi juga dipengaruhi oleh loyalitas terhadap kelompok sosial. Semakin seseorang memiliki loyalitas terhadap kelompok sosial maka akan semakin efektif perilaku komunikasi yang ditampilkan sesuai dengan norma-norma kelompok yang berlaku.

Dalam kasus pornografi, individu akan memilih informasi tentang pornografi jika mendapat dukungan dari orang-orang terdekat (kelompok primer). Dan sebaliknya, akan menyatakan penolakan terhadap informasi tentang pornografi jika tidak mendapatkan dukungan dari kelompok primer. Dalam hal ini terlihat bahwa dukungan kelompok memengaruhi pilihan dan penolakan informasi tentang pornografi. Adanya pilihan maupun penolakan yang didasari pada dukungan kelompok merupakan upaya individu untuk mencapai keseimbangan dengan lingkungan sosial. Karena penyimpangan dari kelompok biasanya kerap akan menimbulkan sanksi, baik sosial/moral hingga sanksi hukum.

Penutup

Pornografi yang gencar dipublikasikan melalui berbagai macam bentuk media komunikasi pada akhirnya akan menimbulkan efek media. Efek media ini akan tergantung pada realita yang ada (misal: kelompok sebaya). Apabila realita sesuai dengan keyakinan (*belief*) yang dimiliki seseorang yaitu melarang ataupun menolak pornografi maka keyakinan (*belief*) tidak akan berubah. Namun sebaliknya, manakala realita tidak menabukan pornografi sementara keyakinan (*belief*) melarang pornografi, maka keyakinan (*belief*) bisa berubah. Perubahan keyakinan (*belief*) tergantung seberapa erat hubungan interaksi antara individu dengan realita yang ada. Semakin erat hubungan maka semakin cepat perubahan keyakinan (*belief*) dilakukan, dan sebaliknya. Perubahan yang dilakukan merupakan perwujudan upaya pencapaian keseimbangan kognitif.

Komunikasi pada konteks pemilihan dan penolakan informasi tentang pornografi terbagi dalam tiga tataran. Pertama, tataran intrapersonal. Pada tataran ini individu akan berpegang pada keyakinan

(*belief*) yang dimiliki untuk melakukan seleksi informasi. Kedua, pada tataran selanjutnya yaitu interpersonal ataupun kelompok, individu akan menyesuaikan keyakinan (*belief*) dengan realita yang ada (dalam hal ini lingkungan/kelompok sosial). Ketiga, pada tataran komunikasi massa, individu akan melakukan seleksi informasi berdasarkan kegunaan informasi untuk pemenuhan kebutuhan informasi.

Menyadari bahwa dukungan kelompok memiliki pengaruh terhadap *selective exposure* informasi tentang pornografi, maka seyogyanya pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perkembangan generasi muda bangsa lebih dapat melakukan pendekatan dan pengawasan terhadap kelompok primer di kalangan remaja.

Menyikapi pencarian yang tak berujung dari remaja terkait informasi tentang pornografi, yang salah satunya disebabkan oleh dorongan hasrat seksualitas (pubertas) maupun dorongan teman sebaya, maka pemberian pendidikan seksologi dalam kurikulum pendidikan sekolah perlu dipertimbangkan sebagai jalan keluar untuk memberikan pengetahuan yang lebih memadai tentang seks kepada remaja.

Daftar Acuan

- Ahn, D. (2010, June). *The appeal of tragic drama to lonely individuals: Selective exposure to media content. Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore.*
- All too much: Monstrous amount of data. (2010, February 10th). *The Economist.*
- Atre, J., & Katz, E. (2005). *What's killing television news? Experimentally assessing the effects of multiple channels on media choice. Paper presented at the International Communication Association Conference, New York, NY.*
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality and behavior.* Chicago: Dorsey Press.
- Behling, C. F. (1971). *Effects of commitment and certainty upon exposure to supportive and nonsupportive information. Journal of Personality and Social Psychology, 19(2), 152-159.*
- Bennett, W.L., & Iyengar, S. (2008). *A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. Journal of Communication, 58(4), 707.*
- BKKBN. (2004). *Anak Indonesia rentan pornografi. Diakses dari http://hqweb01.bkkbn.go.id/article_detail.pihp?aid=531.*
- Berelson, B.R., Lazarsfeld, P.F., & McPhee, W.N. (1954). *A Study of opinion formation in a presidential campaign. The University of Chicago Press Books.*
- Brock, T.C., & Balloun, J.L. (1967). *Behavioral receptivity to dissonant information. Journal of Personality and Social Psychology, 6, 413-428.*
- Chaffee, S.H., Saphir, M.N., Graf, J.S., & Hahn, K.S. (2001). *Attention to counter-attitudinal messages in a state election campaign. Political Communication, 18(3), 247-272.*

- Davies, J.J. (2004). *The effect of neuroticism, mood, and the intervention potential of media messages on selective exposure to television*. (Unpublished doctoral dissertation). Department of Communication and Information Sciences, The Graduate School, University of Alabama.
- David, J. (2005). *Television and theories of selective exposure: Review and directions for future research*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA.
- Erlich, D., Guttman, I., Schoenbach, P., & Mills, J. (1957). *Postdecision exposure to relevant information*. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 54(1), 98-102.
- Feather, N.T. (1962). *Cigarette smoking and lung cancer: A study of cognitive dissonance*. *Australian Journal of Psychology*, 14(1), 55-64.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Festinger, L. (1964). *Conflict, decision, and dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Festinger, L., & Carlsmith, J.M. (1959). *Cognitive consequences of forced compliance*. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58, 203-210.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intentional behavior. An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison Wesley.
- Freedman, J.L. (1965a). *Confidence, utility, and selective exposure: A partial replication*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(5), 778.
- Freedman, J.L. (1965b). *Preference for dissonant information*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(2).
- Freedman, J. L., & Sears, D.O. (1963). *Voters' preferences among types of information*. *American Psychologist*, 18, 375.

Freedman, J.L., & Sears, D.O. (1965). *Selective exposure*. New York: Academic Press.

Frey, D. (1986). Recent research on selective exposure to information. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 19, pp. 41-80). New York: Academic Press.

Griffin, E.M. (2006). *A first look at communication theory* (6th ed.). New York: McGraw Hill.

Hart, W. (2009). *Feeling validated versus being correct: A meta-analysis of selective exposure to information*. *Psychological Bulletin*, 35 (4), 555-588.

Hendricks, J.A. (1997). *National presidential advertising: An unaided and aided recall study of selective exposure toward 1966 candidate television commercials*. (Unpublished doctoral dissertation). University of Southern Mississippi.

Hutagalung, I. (2012). *Analisis faktor penyebab selective exposure*. (Disertasi, tidak diterbitkan). Universitas Indonesia, Jakarta.

Knobloch-Westerwick, S., Carpentier, F.D., & Zillmann, D. (2003). Effects of salience dimensions of informational utility on selective exposure to online news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(1), 91-108.

Knobloch-Westerwick, S., Carpentier, F.D., Blumhoff, A., & Nickel, N. (2005). Selective exposure effects for positive and negative news: Testing the robustness of the informational utility model. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(1), 181-195.

Lazarsfeld, P.L., Berelson. B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press.

Lende, Y.B. (2015). *Internet dan eksplorasi diri manusia*. Kompasiana.com

Littlejohn, S.W. (1999). *Theories of human communication* (5th ed.). Belmont, California: Wadsworth/Thomas Learning.

- Littlejohn, S.W., & Foss, K. (2005). *Theories of human communication*. (8th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Littlejohn, S.W. (2009). *Theories of human communication* (9th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Lowe, R.H., & Steiner, I.D. (1968). Some effects of the reversibility and consequences of decisions on postdecision information preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 172-179.
- Lowin, A. (1967). Approach and avoidance: Alternate modes of selective exposure to information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6(1), 1-9.
- McKimmie, B.M., Terry, D.J., & Hogg, M.A. (2003). I'm a hypocrite, but so is everyone else: Group support and the reduction of cognitive dissonance. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 7.
- Murti, I.R. (2008). Hubungan antara frekuensi paparan pornografi melalui media massa dengan tingkat perilaku seksual pada siswa SMU Muhammadiyah 3 tahun 2008. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia.
- Perlof, R.M. (2010). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century* (4th ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Risman, E. (2015). Pornografi di rumah kita. Seminar Bahaya Pornografi.
- Rosen, S. (1961). Postdecision affinity for incompatible information. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63(1), 188-190.
- Sarwono, S.W. (1999). *Psikologi sosial: Individu dan teori-teori psikologi sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sarwono, S.W. 2001. *Psikologi sosial: Psikologi kelompok dan psikologi terapan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Schulman, G.I. (1971). Who will listen to the otherside: Primary and secondary group support and selective exposure. *Social Problems*, 18, 404-415.

Severin, W.J. & Tankard, J.W. (2008). *Teori komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Snoud, N.J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30, 341-366.

Supriati, E., & Fikawati, S. (2009). Efek paparan pornografi pada remaja SMP Negeri Kota Pontianak tahun 2008. *Makara, Sosial Humaniora*, 13(1), 48-56.

Tankard, J.W Jr., & Werner, J.S. (2008). *Teori komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Tajfel, H. (1969). Cognitive aspect of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations*, 33, 47.

Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *The American Behavioral Scientist*, 31, 327-340.

Zillmann, D., & Bryant, J. (1985). *Selective exposure to communication*. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum Associates.

<http://www.antaraneews.com/berita/317451/pengguna-facebook-di-indonesia-tertinggi-ketiga-dunia>, diakses tanggal 5 Juni 2012.

Inge Hutagalung. "The Dynamics of Selection and Rejection of Pornographic Information in Adolescents in DKI Jakarta."

Selective exposure of pornography information among adolescents can be divided in three levels. First, adolescents as part of the family will hold on to the belief in doing the selection information. Second, teenagers as part of the group will adjust their belief with the existing reality. Belief will not change if the reality does not change, and vice versa. The change depends on how closely the individual relates with the group. The closer the relationship, the faster the belief will change, and vice versa. The change is done as a realization of the effort to accomplish cognitive balance. Third, at the level of mass communication, the individual will perform a selection of information based on the utility of the information to meet the needs of information.



HIMPSI

Himpunan Psikologi Indonesia (HIMPSI) sebagai organisasi induk bagi mahasiswa, psikolog dan ilmuwan psikologi di Indonesia terus berupaya hadir memberikan kontribusi pemikiran serta solusi bagi persoalan bangsa. Kompartemen 4: Sumbangan Pemikiran Psikologi Untuk Bangsa, adalah salah satu bagian didalamnya yang berperan mengejawantahkan semangat tersebut melalui tulisan-tulisan di media ilmiah (jurnal) dan media populer (buku).

Seri sumbangan Pemikiran Psikologi Untuk Bangsa merupakan terbitan berkala tematik yang berisi tulisan para psikolog, ilmuwan psikologi dan sahabat komunitas psikologi di Indonesia. Ditulis dari beragam khazanah pengetahuan dan pengalaman di dunia psikologi maupun disiplin lain yang digelutinya, disertai gagasan konkret untuk melaksanakannya. Edisi kali ini mengambil topik Psikologi dan Teknologi Informasi.

Tim Editor

J. Seno Aditya Utama

Juneman Abraham

Tjipto Susana

Ilham Nur Alfian

A. Supratiknya



HIMPSI

Himpunan Psikologi Indonesia
Jl. Kebayoran Baru No.85B, Kebayoran Lama, Velbak,
Jakarta 12240 Indonesia
Telp./Fax.: 021-72801625 | Website: himpsi.or.id
Email: sekretariatpp_himpsi@yahoo.co.id, sekretariat.pp@himpsi.or.id

ISBN 978-602-96634-4-0



9 786029 663440