

**Pola Penyebaran Informasi oleh Remaja pada Masyarakat Urban
di Media Sosial: Kajian Budaya Informasi**

Margareta Aulia Rachman

Departemen Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan
Budaya,
Universitas Indonesia
margareta.aulia@ui.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas pola penyebaran informasi oleh remaja di media sosial. Proses penyebaran informasi tidak hanya terjadi karena teknologi yang memungkinkan informasi untuk disebarluaskan tetapi juga karena budaya yang ada di media sosial untuk menyebarkan kembali informasi yang diperoleh. Budaya ini kemudian berkembang menjadi kebiasaan digital bagi pengguna media sosial. Tujuan dari penelitian ini, mengetahui pola penyebaran informasi remaja di media sosial, mengidentifikasi nilai, norma dan keyakinan yang dipahami yang mendasari remaja dalam melakukan penyebaran informasi sebagai bagian dari budaya informasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode fenomenologis yang berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan terhadap orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini berupa pola penyebaran informasi remaja di media sosial, diantaranya pola yang masih memiliki penghalang berupa nilai, norma dan keyakinan. Penghalang yang dimaknai sebagai nilai saling menghargai yang membuat remaja tidak serta merta menyebarkan informasi di media sosial. Pengaruh orang terdekat seperti orang tua dan teman dekat juga mempengaruhi keputusan untuk menyebarkan informasi.

Kata Kunci: *Patterns of information dissemination, Dissemination of teenagers information, Social media, Values, norms and beliefs*

Pendahuluan

Penyebaran informasi di media sosial dapat dilakukan dengan cepat bahkan tanpa terbatas ruang dan waktu. Media sosial dapat menyebarkan informasi sebuah peristiwa yang terjadi di lapangan bahkan baru terjadi beberapa detik. Kekuatan ini memberikan perubahan pada perilaku masyarakat, salah satunya remaja. Kini, bagi remaja keberadaan telepon genggam menjadi kebutuhan yang tidak lagi sekunder tetapi sudah masuk ke dalam kebutuhan primer. Kebutuhan yang seolah-

olah menjadi syarat keberadaan (eksistensi) dan menjadi pintu masuk alias portal menuju konektivitas bergaul pada era saat ini (Nasrullah: 2015). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa teknologi dan perangkat media yang ada telah benar-benar tidak dapat dipisahkan dari kehidupan seseorang. Teknologi menjadikan seseorang untuk menjadi bagian dari masyarakat informasi yang memiliki jejering (*network society*) tanpa batasan demografis, budaya, sosial dan sebagainya. Seperti yang diungkapkan oleh Mary Cross, Profesor dari Fairleigh Dickinson University mengatakan bahwa “*We are already experiencing the cultural effects of the digital revolution that is underway*”,(Cross, 2011: 23). Untuk itu penelitian mengenai penyebaran informasi oleh remaja di media sosial baik melalui *facebook, twitter, instagram, youtube*, maupun media sosial lainnya menarik untuk dilakukan. Perkembangan teknologi informasi membuat informasi dapat dengan mudah diciptakan, disebar dan akses termasuk oleh remaja. Friedman (2007) mengatakan bahwa *world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang dapat mengakses apapun dari sumber manapun. Media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak, termasuk didalamnya remaja, untuk ikut menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka. Pada penelitian ini yang dimaksud media sosial adalah situs jejaring sosial yang digunakan untuk mempublikasikan konten, seperti profil, aktivitas, pendapat sebagai bagian dari interaksi di dunia maya.

Proses penyebaran informasi tersebut tentunya dipengaruhi oleh berbagai motif dengan latarbelakang tertentu. Proses penyebaran informasi tidak hanya terjadi karena teknologi yang memungkinkan informasi untuk disebar dan tetapi juga karena budaya yang ada di media sosial untuk menyebarkan kembali informasi yang diperoleh. Budaya ini kemudian berkembang menjadi kebiasaan digital bagi pengguna media sosial. Praktiknya ada nilai, norma dan keyakinan yang mendasari pengguna media sosial menyebarkan informasi. Tujuan dari penelitian ini, mengetahui pola penyebaran informasi remaja di media sosial, mengidentifikasi nilai, norma dan keyakinan yang dipahami yang mendasari remaja dalam melakukan penyebaran informasi sebagai bagian dari budaya

informasi. Budaya informasi merupakan cara hidup masyarakat yang menjadikan informasi sebagai pusat kegiatan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah proses penelitian yang mendasarkan perolehan data berdasarkan konteks berlangsungnya rangkaian peristiwa, yang dideskripsikan secara rinci dengan sudut pandang para informan terkait peristiwa-peristiwa tersebut, dan dijelaskan dengan cara berpikir induktif (Gorman, 2005: 3). Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Fenomenologi memahami budaya lewat pandangan pemilik budaya atau pelakunya. Yang ditekankan adalah aspek subjek dari perilaku orang (Endraswara, 2012:44). Peneliti fenomenologi masuk ke dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang mereka kembangkan di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari. Pemahaman dan pengertian yang mendalam dari subjek yang mengalami dan mendasari setiap keputusannya untuk melakukan penyebaran informasi di media sosial.

Jumlah informan penelitian sebanyak 6 (enam) orang yang ada di lokasi riset diseleksi berdasarkan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut: informan merupakan siswa Sekolah Menengah Atas (SMA/SMK/MAN) yang berusia 16-18 tahun, informan aktif melakukan penyebaran informasi di media sosial, dan tinggal di wilayah Jakarta, Bogor, Jakarta dan Bekasi (Jabodetabek).

Metode pengumpulan data akan menggunakan observasi dan wawancara. Observasi yang dilakukan adalah mengamati perilaku informan dalam mengakses dan menyebarkan informasi di media sosial, termasuk gajet yang dipakai, lingkungan sekitar informan, serta mengamati kegiatan dan hobi dari masing-masing informan. Pada proses wawancara pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan mengenai proses penyebaran informasi, akses informasi, termasuk nilai, norma dan keyakinan dalam menyebarkan informasi.

2. Analisis

Budaya informasi merupakan cara hidup masyarakat yang menjadikan informasi sebagai pusat kegiatan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari (Laksmi, 2016). Pada remaja yang tinggal di wilayah urban, segala aktivitas kesehariannya telah menggunakan informasi yang ada di media sosial sebagai pusat dari kegiatan. Mereka dikenal dengan sebutan *net generation* atau *digital natives* dimana remaja tumbuh bersamaan dengan berkembangnya internet dan dapat dengan mudah beradaptasi memanfaatkan internet. Seiring dengan perkembangan internet, media sosial juga semakin marak untuk digunakan oleh remaja. Hal ini sesuai dengan pengertian dari media sosial, dimana media sosial didefinisikan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial (Narullah, 2015: 11). Untuk membahas mengenai pola penyebaran informasi perlu diketahui terlebih dahulu akses terhadap informasi dan jenis dari informasi yang disebarkan oleh remaja.

a. Akses terhadap informasi

Media sosial dapat menyebarkan informasi sebuah peristiwa yang terjadi di lapangan bahkan baru terjadi beberapa detik. Kekuatan ini memberikan perubahan pada perilaku masyarakat, salah satunya remaja. Kini, bagi remaja keberadaan telpon genggam menjadi kebutuhan yang tidak lagi sekunder tetapi sudah masuk kedalam kebutuhan primer. Hal ini terlihat dari kutipan wawancara dengan para informan ketika ditanyakan frekuensi mengakses media sosial menggunakan gadget mereka.

“Sering” (Lidya)

“Setiap waktu kayanya. Saya sering buka internet apalagi kalau lagi bosan

hehehe... (Arfa)”

“Di rumah, sekolah, sambil nongkrong sama temen-temen” (Alif)

“Tak terhingga saking seringnya” , “Dimana mana saja kadang sampai kamar

mandi juga suka internetan” (Balqis)

“Dimana aja, hp nggak pernah lepas dari saya” (Salsabila)

Masyarakat informasi muncul dalam masyarakat urban dengan ciri penggunaan informasi pada setiap aktifitas. Hal ini terlihat dari masyarakatnya, khususnya remaja yang tidak dapat lepas dari gadget. Kemudahan dalam mengakses informasi di perkotaan adalah salah satu faktor pendorong remaja dapat mengakses media sosial dimana dan kapanpun mereka inginkan. Infrastruktur teknologi informasi di daerah perkotaan sudah sedemikian memungkinkan remaja tidak akan terputus informasi.

Adapun informasi yang disebar oleh remaja adalah berkaitan dengan hobi dan eksistensi (berkaitan dengan aktivitas di sekolah dan dalam pergaulan). Hal ini terlihat dari kutipan wawancara dengan informan saat ditanya mengenai jenis informasi yang disebar, sebagai berikut:

“hobi saya KIR...OSIS”

“Baca novel”

“mendengarkan musik”

“olahraga dan main musik”

“Informasi tentang sepakbola, kadang suka nyari info dari band-band legend sepanjang masa contohnya kaya the beatles, queen, led zeppelin gitu-gitu” (Arfan)

“Informasi tentang artis idola, informasi yang belum diketahui atau memastikan sebuah berita hoax atau benar. Tapi saya lebih sering cari informasi tentang artis idola. Kaya One Direction...saya suka banget sama ID itu, lagunya bagus-bagus terus juga orangnya ganteng-ganteng” (Bilqis)

seru”

(Salsabila)

Berdasarkan uraian tersebut, seseorang membutuhkan informasi untuk mendapatkan jawaban untuk pertanyaan yang spesifik. Dalam melakukan identifikasi kebutuhan informasi, terdapat tiga faktor yang harus dipenuhi, yaitu (Sankarto, 2008: 10). a) lengkap, artinya semua informasi yang diharapkan pengguna didapatkan oleh pihak yang melakukan identifikasi b) detail, adalah informasi yang terkumpul rinci sampai ke hal-hal yang kecil c) benar, yaitu semua data yang diperoleh harus benar, bukan berarti menurut identifikator tetapi benar

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

dan sesuai dengan apa yang dimaksud. Remaja membutuhkan informasi yang spesifik sesuai dengan hobi dan kegiatan mereka di sekolah. Hal tersebut yang mendorong mereka untuk mengakses media sosial.

Ketergantungan terhadap informasi menunjukkan remaja di daerah urban memiliki ciri masyarakat informasi, dimana setiap kegiatan yang dilakukan memfokuskan pada pencarian informasi. Pencarian informasi timbul karena adanya kebutuhan akan pemenuhan informasi. Pada dasarnya seseorang membutuhkan informasi berdasarkan fungsi atau tujuannya. Fungsi dan tujuan informasi menurut Nicholas (2008: 48), meliputi; 1) pencarian fakta dengan fungsi, memberikan jawaban atas pertanyaan yang spesifik, 2) untuk agar tetap *up-to date*, 3) penyelidikan dari suatu bidang baru yang mendalam (fungsi penelitian), 4) untuk mendapatkan pemahaman latar belakang masalah atau topik (fungsi pengarah), 5) untuk menyediakan ide atau stimulus (fungsi stimulus). Untuk remaja, tujuan pencarian informasi adalah agar mereka tetap *up-to date*. Berikut merupakan contoh berita dari laman *facebook* yang membuat remaja lebih *up-to date* karena mengetahuinya.



Sumber: dokumentasi pribadi (2017)

Saat berita ini menyebar di media sosial maka pembicaraan dalam pergaulan membahas mengenai berita ini. Remaja yang mengetahui berita ini akan merasa memiliki bahan pembicaraan dan eksistensinya diakui. Sebaliknya, remaja yang tidak atau belum tahu tentang berita ini akan memiliki keinginan untuk mengetahui dan membaca berita ini agar menjadi *up to date*. Kebutuhan akan

informasi muncul ketika mereka mendapatkan triger (pemicu) adanya keingintahuan dan agar tetap uptodate membuat remaja menjadikan akses terhadap media sosial tidak dapat dipungkiri.

Akses terhadap informasi menjadi kebutuhan yang seolah-olah menjadi syarat keberadaan (eksistensi) dan menjadi pintu masuk alias portal menuju konektifitas bergaul pada era saat ini (Nasrullah: 2015). Remaja merasa dengan menyebarkan informasi pada akun media sosial yang mereka miliki, akan membuat mereka dekat dan diterima dengan komunitasnya (*peer group*).

Seperti yang data yang disebutkan oleh Lembaga *We are Social*, dalam penelitian mereka tentang perilaku internet, akses terhadap internet hingga akun media sosial dari seluruh dunia. Data di Indonesia pada Januari 2014 menunjukkan sekitar 15% atau 38 juta orang mengakses internet, dan ada sekitar 62 juta orang yang terdaftar serta memiliki akun di media sosial facebook. Faktanya remaja di Indonesia, memiliki lebih dari 3 akun media sosial. Setiap informan memiliki setidaknya 3 akun media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi.

“Oh... Line sama E-mail”

“WhatsApp sama brainly”

“Instagram” “Facebooknya”

“Instagram, Facebook, sama Twitter”

“Instagram dan Path soalnya paling asik dibandingin yang lain”

Adanya media sosial berupa situs jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dsb memberikan kemudahan bagi remaja untuk menyebarkan informasi seperti profil, saling melihat aktivitas, bahkan memberikan komentar dan pendapat pada sebuah informasi yang ada baik berupa artikel berita atau aktivitas orang lain. Fasilitas di Facebook seperti “wall” dapat dimanfaatkan pengguna untuk mengungkapkan apa yang sedang disaksikan atau dialami, bercerita tentang keadaan disekitar dirinya, hingga bagaimana tanggapan terhadap situasi, misalnya politik pada saat ini (Nasrullah, 2014b).

b. Penyebaran informasi

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan salah satu karakter dari media sosial (Nasrullah, 2015). Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang

dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya (Benker, 2012; Cross, 2011).

“Saya biasanya sih karena diri sendiri aja. Enggak pernah orangtua atau temen-temen saya suruh saya share informasi... Tapi kalau informasi lain ya sesuai sama keinginan saya aja”...(Alif)

“Jarang banget. Saya lebih suka buat baca atau ngeliat informasi doang sih daripada share tapi kalau informasi itu penting banget dan diketahui sumbernya gitu saya akan ngesahre.” (Balqis)

“Keinginan sendiri sih, enggak pernah dipengaruhi sama sekali kalau share informasi” (Salsabila)

Hal tersebut seperti yang disebutkan oleh *Griffiths and Brophy* (2005) dan *Comor and Lippold* dalam Rubin (2016: 382) bahwa remaja

1. Menggunakan web (internet/ media sosial) untuk segala aktifitas mereka
2. Mereka menggunakan internet bahkan berjam-jam atau mungkin hanya juga sebentar saja
3. Keterampilan pencarian bervariasi dan remaja akan sering menilai diri mereka lebih terampil daripada mereka sebenarnya
4. Remaja akan memberikan komentar pada informasi apapun yang mereka baca

Penyebaran terdiri dari dua jenis, pertama melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Tentu secara otomatis program yang ada di tiap-tiap *platform* media sosial juga menyebarkan setiap konten yang telah terpublikasi dalam jaringan tersebut. Uniknya, konten tidak hanya terbatas pada apa yang telah terunggah. Konten di media sosial memungkinkan untuk berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar, sampai pada opini yang menyetujui atau tidak (Nasrullah, 2015). Hal ini juga dirasakan oleh remaja, dalam menyebarkan informasi dapat memberikan pendapat, sebagai tema diskusi dalam pembicaraan (chat), atau memberikan pandangan tertentu (*up date* status). Seperti juga yang terlihat pada kutipan wawancara berikut ini:

“Biasanya chat.....”

“Bikin status.....”

“Komen juga.....”

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

“Paling buka instagram soalnya ya rame aja liat foto videosama foto orang-orang”

Jenis Penyebaran informasi yang kedua melalui perangkat, dimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol “share” di *Youtube* yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *platform* media lainnya maupun pada media internet lainnya. Tombol ini juga berfungsi jika pengguna berkunjung ke situs tertentu dapat membagikan informasi yang ada ke media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya (Benker, 2012; Cross, 2011). Remaja memiliki kekuasaan penuh untuk dapat menyebarkan informasi. Apalagi dengan adanya perangkat yang telah diberikan oleh orang tua. Gadget yang dimiliki oleh informan ini yang memudahkan bagi remaja untuk menyebarkan informasi apasaja pada khalayak. Pada usia remaja (16-18) tahun orang tua sudah memberikan informan masing-masing gadget untuk berkomunikasi.

Adapun alasan penyebaran informasi (Nasrullah: 2016) oleh remaja diantaranya: (1) Upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas (media) sosial lainnya. Hal ini terlihat dari kutipan wawancara berikut:

“Iya kalau dapet dari guru dan sifatnya sangat penting, dan beberapa hari yang lalu pernah share berita anak-anak yang ikutan gangster yang ada di daerah rumah saya ini”.

Remaja memiliki komunitas di sekolah dan teman bermain diluar sekolah. Informasi yang mereka miliki umumnya akan disebarkan kepada anggota komunitas mereka jika dianggap penting; (2) Menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarkan. Remaja memiliki keinginan untuk menyebarkan informasi yang mereka anggap penting agar orang lain juga ikut berpihak dengan pendapatnya, meskipun informasi yang disebarkan hanya sebatas informasi yang sesuai dengan hobi mereka; (3) Konten yang disebarkan merupakan sarana untuk menambah

informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lengkap (*crowdsourcing*). Remaja tidak memiliki minat yang tinggi untuk menambahkan informasi yang ada. Remaja berminat untuk membaca berita yang ada di media sosial dan memberikan komentar tanpa memproduksi atau menambahkan informasi pada sumber yang dibaca.

c. Nilai, Norma dan Keyakinan dalam menyebarkan informasi

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu. Nilai yang diakui secara langsung maupun tidak seiring dengan waktu akan dilalui dalam interaksi tersebut. Bahkan, sebuah nilai berlangsung didalam alam bawah sadar individu dan diwariskan pada generasi berikutnya. Ciri adanya budaya adalah terdapat nilai, norma dan keyakinan yang dijadikan pedoman bagi masyarakat. Nilai merupakan gagasan yang dipelajari/ditanamkan sejak dini. Sedangkan norma pada intinya merupakan sesuatu tentang yang benar dan salah, dan keyakinan merupakan sesuatu yang menjadi dasar dalam bertindak atau berperilaku. Nilai, norma dan keyakinan yang pahami oleh remaja dalam menyebarkan informasi tergantung dari kedekatan informan kepada orang tua, kedekatan dengan peer dan pemahaman mereka terhadap keyakinan (agama). Hal ini sesuai dengan pandangan budaya, dimana budaya merupakan respon dari pemikiran manusia dan jawaban atau respons dari interaksi antarmanusia yang melibatkan pola-pola tertentu sebagai anggota kelompok dalam merespons lingkungan manusia itu berada.

“Laporkan pada pihak yang berwajib. Harusnya sih gitu ya, paling saya bilang ke Bapak saya dulu...” (Alif)

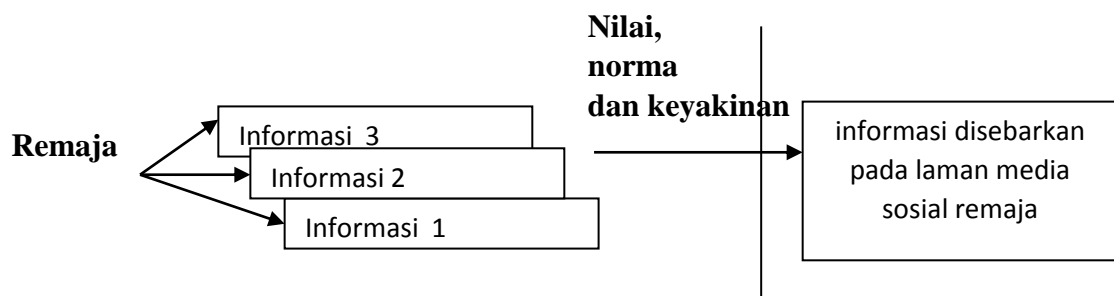
“Pokoknya jangan sampe mengganggu orang lain lah” (Alif)

“Enggak sama sekali soalnya saya nggak tau masalahnya apa. Kalau kata ibu saya, kalau nggak tau lebih baik diam aja” (Balqis)

“Informasi yang sesuai norma, tidak mengejek agama, kelompok atau apapun, informasi yang benar, tidak meprofokasi, informasi yang penting dan menguntungkan orang lain”

“Iyaa dipikir dululah. Kalau nyinggung orang lain, ngapain juga disebar. Nggak baik kan” (Salsabila)

Dari semua informan terlihat adanya nilai saling menghormati dalam menyebarkan informasi. Remaja telah mengerti bahwa ada nilai yang harus dijaga dalam berinteraksi dalam internet. Secara sederhana interaksi antar remaja terjadi di internet, namun pada kenyataannya internet tidak hanya sebuah perangkat teknologi tetapi juga terdapat didalamnya interaksi, komunikasi data, perangkat antarmuka, dan benak pikiran penggunanya sebagai entitas yang terhubung langsung. Pengaruh nilai, norma dan keyakinan pada penyebaran informasi oleh remaja terlihat pada pola berikut:



Gambar 1.1 pola penyebaran informasi remaja di media sosial

Selanjutnya terbentuk pola penyebaran informasi oleh remaja di media sosial, dimana remaja mengakses media sosial yang ia miliki kemudian dari laman yang mereka miliki mereka membaca berita/ artikel yang kemudian terdapat link pada artikel/ berita yang ada dan memungkinkan mereka menyebarkan informasi. Pada saat sebelum menyebarkan informasi remaja memiliki kesadaran akan nilai, norma dan keyakinan yang melatarbelakangi mereka untuk tidak serta merta menyebarkan berita/ artikel yang mereka baca. Berita-berita yang masuk dengan sendirinya dalam laman pribadi mereka tidak semua dibaca dan disebarakan oleh remaja. Informasi yang dianggap penting bagi anggota komunitas yang diikuti oleh remaja akan langsung disebarakan. Remaja juga menunjukkan keberpihakan pada isu tertentu dengan menyebarkan informasi sesuai dengan pandangan mereka. Selain itu, remaja juga membuat informasi baru dengan memberikan komentar pada informasi yang menarik dan dianggap penting. Remaja juga kadang membuat status (menulis kolom status) setelah melihat atau membaca suatu informasi di media sosial.

3. Kesimpulan

Pola penyebaran informasi oleh remaja dilakukan melalui media sosial dilakukan setiap saat, dengan jenis informasi berkaitan dengan hobi dan aktivitas sekolah. Proses penyebaran informasi tidak hanya terjadi karena teknologi yang memungkinkan informasi untuk disebarluaskan tetapi juga karena budaya yang ada di media sosial untuk menyebarkan kembali informasi yang diperoleh. Peran orang terdekat (orang tua, *peer*) sangat mempengaruhi remaja dalam menentukan informasi mana yang dapat disebarluaskan dan informasi mana yang tidak boleh disebarluaskan. Nilai saling menghormati sesama masih dimiliki oleh remaja dalam menyebarkan informasi. Pola penyebaran informasi remaja di media sosial berawal dari informasi yang dibaca oleh remaja di media sosial yang kemudian disebarluaskan kembali karena beberapa alasan. Namun, informasi tersebut tidak langsung serta merta disebarluaskan oleh remaja karena ada batasan berupa nilai, norma dan keyakinan saling menghormati sesama yang membuat remaja berfikir dalam benak mereka apakah informasi tersebut akan disebarluaskan atau tidak. Saran dari penelitian ini, remaja harus dibekali kemampuan literasi informasi (kemampuan menentukan, menilai, menggunakan, dan mengevaluasi informasi).

4. Daftar Pustaka

- Creswell, John W. (2010). *Research Design: pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Endraswara, Suwandi. (2012). *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Harmsworth, Sally and Sarah Turpin. (2000). *Creating and Effective Dissemination Strategy*. Addition by Alexandra Rees & Godfrey Pell, Bridging in Gap: Innovation Project.
- Laksmi & Kiki Fauziah. (2016). *Budaya Informasi*. Jakarta: ISIPII Press.
- Nasrullah, Rulli, Dr. M.Si., (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Seminar Nasional Budaya Urban
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:
Tantangan dan Perubahan

Rubin, Richard E. (2016). *Foundations Library and Information Science*. Fourth Edition. Chicago: Neal-Schuman.