

MOTIF KOMUNIKASI *NEW MEDIA* PADA REMAJA BADUY

Mutiah - Puji Laksono
Universitas KH. Abdul Chalim
Email : mutiakhazanaasyafah21@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:

Motif, New Media,
Suku Baduy,
Narsisme, Youtube

Indonesia memiliki Suku Baduy yang mengasingkan dirinya, akan tetapi sudah terkontaminasi oleh arus digitalisasi. Salah satunya Baduy luar yang tetap eksis pada budaya mereka dan menyebarluaskan perilaku narsis lewat media sosial diatas peraturan adatnya. motif komunikasi *new media* pada remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube.komunikasi *new media* pada remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial YouTube. Namun dari sekian banyaknya media sosial Youtube tentang remaja adat Baduy luar, peneliti mengeksplor akun Youtube @ayiaastaman.

Hasil penelitian ini menunjukkan; berdasarkan teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification*), bahwa remaja adat Baduy luar merasa puas dan sangat membantu dengan adanya *platform* di media sosial. Sedangkan, motif remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube dikarenakan guna pemasaran produk kerajinan tangan, sebagai alat komunikasi dan hiburan. Dalam peraktiknya, remaja adat Baduy luar tetap teguh dengan peraturan adat yang didalamnya terkandung suatu kebutuhan. Melalui jejaringan, remaja adat Baduy luar bisa menyebar luaskan budayanya dari beberapa *frame* lewat media sosial Youtube.

ABSTRACT

Keywords:

Motive, New
Media, Baduy
Tribe, Narcissism,
Youtube

Indonesia has a Baduy tribe that has isolated itself, but it has been contaminated by the flow of digitalization. One of them is the foreign Baduy who continue to exist in their culture and spread narcissistic behavior via social media above their traditional regulations. New media communication motives for outer Baduy teenagers towards narcissistic behavior on YouTube social media. New media communication for foreign Baduy teenagers against narcissistic behavior on YouTube social media. However, of the many YouTube social media about foreign Baduy youth, researchers explored the YouTube account @ayiaastaman. The results of this research show that based on the theory of uses and gratification, Baduy teenagers outside feel satisfied and very helpful with the existence of platforms on social media. Meanwhile, the motive of foreign Baduy youth for narcissistic behavior on YouTube social media is due to the use of marketing handicraft products, as a means of communication and entertainment. In their practice, the Baduy outsider youth remain steadfast in their traditional regulations which contain a requirement. Through networking, Baduy youth from abroad can spread their culture from several frames via the social media YouTube.

A. Pendahuluan

Keberagaman budaya di Indonesia salah satunya terlihat pada suku Baduy yang merupakan suku Sunda yang sengaja mengasingkan diri dari kehidupan luar dengan tujuan untuk menghindari atau tidak ingin terkontaminasi pengaruh-pengaruh negatif dunia modernisasi. Suku Baduy salah satu suku bangsa yang mempunyai identitas mencolok di Provinsi Banten dengan corak keunikan budaya atau tradisinya seperti gaya hidup, sistem religi, sistem pengetahuan serta kepedulian mereka untuk menjaga lingkungan. Suku Baduy terbagi menjadi dua wilayah yakni Baduy dalam dan Baduy luar. Masyarakat Baduy dalam yang masih menerapkan isolasi terhadap pengaruh globalisasi, hal ini dimaknai untuk menjaga kelestarian lingkungan dan budaya. Berbeda dengan Masyarakat Baduy luar yang telah mengalami dan mengikuti globalisasi dan perubahan sosial, bagi masyarakat Baduy luar penggunaan *handphone/smartphone* dan alat-alat modern sudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun dilarang oleh adat, mereka tetap menggunakannya dengan motif kebutuhan dan adanya kelonggaran dari pemuka adat Baduy luar, seperti perilaku narsisnya dalam menggunakan media sosial yang berasal dari kalangan remaja adat Baduy luar. Hal tersebut dikarenakan kecenderungan komunikasi dengan memanfaatkan media sosial guna memperkenalkan budaya khas Baduy kepada khalayak. Kebutuhan akan informasi yang cepat adalah kebutuhan yang mendesak. Karena itu, perkembangan media sosial memegang peran penting dalam menyediakan informasi yang cepat.

Penggunaan media sosial didorong oleh motif-motif tertentu. Tidak bisa dipungkiri, media sosial telah tumbuh menjadi alat baru untuk propaganda. Sebagai sebuah alat, propaganda melalui media sosial diyakini mempunyai dampak yang dahsyat. Oleh karena itu, media sosial adalah *the extension of man* kepanjangan manusia. Artinya, apa yang menjadi hasrat manusia diperluas dan disebarkan oleh media sosial. Media sosial memang telah mampu menjadi tali penyambung berbagai kepentingan masyarakat dunia. Media sosial juga telah membantu menyebarkan gagasan-gagasan yang baik bagi kehidupan manusia. Informasi yang disebarkan sering kali lebih aktual dibandingkan dengan media massa *mainstream*.¹

Motif komunikasi *new media* remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube sudah menjadi aktivitas sosial masyarakat budaya dengan motif yang beragam diantaranya melakukan bisnis, hiburan, bahkan pembelajaran secara praktis dengan cara otodidak. Persoalan ini ditambah dengan cara mereka menggunakan media sosial seperti dengan menjamurnya Youtube yang membuat konten tentang Baduy sering melangkahi hukum adat Baduy. Karena itulah banyak akun anak muda Baduy yang membuat status, meng-*upload* foto, video dan vlog yang sebenarnya ditabukan. Dalam komunikasi lintas budaya, media sosial berperan penting dalam membentuk berbagai budaya dan berbagai sub-kultur baru. Media sosial mengembangkan cara-cara baru manusia

¹Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya: di Era Budayaa Siber*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 65.

berkomunikasi satu sama lain, untuk menyaring, meminggirkan dan menghimpun individu-individu dan komunitas-komunitas lewat komunikasi lintas budaya, baik secara positif ataupun secara negatif.²

Perilaku narsis sudah tidak asing lagi kita dengar, narsisme berkembang di masyarakat umum sebagai gambaran individu yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi dengan membicarakan dan memuji dirinya sendiri dihadapan orang lain. Narsisme memicu munculnya perilaku agresi fisik pada laki-laki, serta agresi fisik dan relasional pada laki-laki dan perempuan remaja dengan kepribadian narsistik juga mengalami kesulitan untuk menerima kritik dari orang lain dan selalu beranggapan bahwa dirinya istimewa. Remaja yang berkepribadian narsistik juga mempunyai anggapan bahwa dirinya *special*, ambisius dan suka mencari ketenaran.³ Untuk itu, *New media* menyediakan *platform* yang memberikan kemudahan pengguna untuk memprestasikan diri, saling berinteraksi dalam waktu singkat tanpa batasan jarak. Sebagai jejaringan sosial, remaja adat Baduy luar sering memperlihatkan perilaku narsis di media sosial dan ditonton khalayak. Media digunakan dengan motif yang berbeda-beda, ada 5 indikator yang mempengaruhi pembentuka sebuah motif yakni informasi, integrasi sosial, integrasi, identitas pribadi dan hiburan. Motif seseorang dalam menggunakan media sosial

tergantung tingkat kepuasan dan kegunaan dari media yang digunakan. Maka dari itu lingkungan sosial mempengaruhi khalayak untuk menanggulangi pemenuhan kebutuhannya. Begitu pula dengan efek media memiliki dampak yang besar dalam mempengaruhi sikap maupun perilaku seseorang dengan tataran yang lebih jauh, efek media juga mempengaruhi sistem sosial maupun sistem budaya masyarakat.⁴

Sehubungan dengan ungkapan tersebut, aspek penting dalam perubahan adat Baduy luar yaitu adanya perubahan pola pikir, perubahan perilaku, dan perubahan budaya materi. Perubahan pola pikir dan sikap masyarakat menyangkut persoalan sosial dan budaya di sekitarnya yang berakibat terhadap pemerataan pola-pola pikir baru yang dianut oleh masyarakat sebagai sebuah sikap yang modern.⁵ Mc Luhan berpikir bahwa budaya dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi, karena itu komunikasi adalah budaya. Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan komunikasi yang kita gunakan akan membentuk atau mempengaruhi hidup kita sendiri.

Kemudian, di sini peneliti ingin melihat bagaimana motif komunikasi *new media* yang terjadi pada remaja adat Baduy luar tepatnya di Kanekes, Leuwidamar, Lebak, Banten dan melihat bagaimana asumsi mereka dalam perilaku narsis di media sosial YouTube. Setidaknya ada beberapa perubahan yang terjadi akibat munculnya

²Deddy Mulyana, *Pengantar Komunikasi Lintas Budaya*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2019), 6.

³Aulia, Eka, Furqan, Rifka. "Hubunga Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram". *Jurnal pemikiran dan Penelitian Psikologi*. Vol. 23, No.1, Januari 2018 : 27-40.

⁴Puji Laksono, dkk, *Sketsa Sosiologi Komunikasi*, (Banguntapan Bantul : Ladang kata, 2018), 10.

⁵Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradima, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, 91.

media sosial yakni perubahan hubungan sosial, jurang kaya dan miskin informasi semakin lebar, *privacy* terganggu, orang terpencil dari lingkungan sosial, dan informasi sampah disusupkan.⁶ Dalam hal ini remaja adat Baduy luar tidak bisa memegang teguh prinsip leluhur nenek moyangnya. Karena hal tersebut, peneliti merasa tertarik untuk mendalami permasalahan tentang bagaimana motif komunikasi *new media* pada remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial YouTube.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meriset, menguraikan, dan menjelaskan secara keseluruhan berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Penelaah dan pengembangan sebuah analisis yang mendalam dari sebuah kasus yang tunggal atau ganda ini membutuhkan berbagai sumber data dan berbagai macam instrumen pengumpulan data. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data informasi yang relevan. Peneliti mengumpulkan pemanfaatan data primer yaitu berupa observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mengetahui remaja adat Baduy luar untuk mendapatkan gambaran utuh tentang motif komunikasi *new media* pada remaja adat

⁶Nurudiin, *Media Sosial : Agama Baru Masyarakat Milenial*, (Malang : Intrans Publishing, 2018), 50.

Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube. Selain itu, peneliti mengumpulkan data menggunakan data sekunder berupa jurnal ilmiah yang sesuai dengan permasalahan tersebut dan buku-buku yang terkait dengan permasalahan tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini yaitu jenis deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah-masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu.⁷ Kemudian teknik analisis data yang diperoleh dari artikel ini menggunakan teknik analisis data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.

C. Hasil dan Pembahasan

Suku Baduy merupakan suku Sunda yang mengasingkan dirinya di wilayah pegunungan Kendeng yang ada di Banten, Indonesia. Suku Baduy ini bermukim di Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak. Sekitar 40 km dari Rangkasbitung, pusat kota di Lebak, Banten. Selain itu, sejarah suku Baduy juga tidak bisa terlepas dari keberadaan kerajaan Pajajaran. Pada abad ke 11-12 M, kerajaan Pajajaran menguasai beberapa daerah salah satunya daerah Banten. Pada zaman dahulu kerajaan Pajajaran pun mengasingkan dirinya di wilayah pegunungan Kendeng di Banten Tengah. Awal mula pengasingan diri terjadi karena wilayah Banten dikuasai oleh Sunan

⁷Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Pernermedia Group, 2006), 69.

Gunung Jati, yang datang dengan misi menyebarkan ajaran Islam. Dari latar belakang sejarah masyarakat Baduy, hampir semuanya bertentangan dengan pandangan dan pengakuan masyarakat Baduy sendiri, yang jelas bahwa masyarakat Baduy merupakan pelarian dari tempa asal mereka. Saat itu mereka kerap disebut sebagai suku Baduy.

Warga Baduy berpegang teguh prinsipnya dengan menjaga alam dan kelestarian lingkungan di wilayah adat Baduy. Kedekatan dengan alam merasuk dalam kehidupannya sehari-hari, salah satunya terlihat dari pakaian adat khas warga Baduy. Baduy luar memakai pakaian berwarna hitam dan ikat kepala berwarna biru sedangkan Baduy dalam berwarna putih dan ikat kepala berwarna hitam. Kehidupan suku Baduy tidak terlalu eksklusif, akan tetapi ada beberapa perkara identitas atau sosial dalam menutup dirinya yakni soal aturan adat, agama dan komunikasi budaya. Sehingga warga Baduy dilema akan perubahan sosial yang menjebatani perkara identitas atau sosial terkait aturan adatnya. Perubahan sosial terjadi ketika ada persediaan anggota masyarakat untuk meninggalkan unsur-unsur budaya dan sistem sosial lama dan mulai beralih menggunakan unsur-unsur budaya dan sistem sosial yang baru. Hal-hal penting dalam perubahan sosial menyangkut aspek perubahan pola pikir masyarakat, perilaku masyarakat dan perubahan budaya materi.⁸ Baru-baru ini masyarakat suku Baduy

menolak adanya internet di wilayah mereka dan meminta untuk jaringan internet dihilangkan karena bisa merosotnya generasi yang bertentangan dengan adat.

Desa Kanekes dihuni oleh warga Kanekes atau masyarakat adat Baduy yang merupakan suku Sunda asli di Banten. Desa yang wilayahnya berada di kawasan pegunungan Kendeng dengan titik koordinat 6°27'27"-6°30' Lintang Utara (LU) dan 108°3'9"-106°4'55" Bujur Timur (BT) ini terdiri atas 59 Kampung (tiga kampung Baduy dalam, 56 kampung Baduy luar) dengan jumlah penduduk 13.313 jiwa. Secara administratif, luas wilayah tanah ulayat Baduy sekitar 5.136.58 hektar. Sekarang termasuk dalam wilayah administratif Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Banten.

1. **Motif Komunikasi Remaja Adat Baduy Luar Menggunakan Media Sosial Youtube**

Berdasarkan riset observasi dan temuan data di Lapangan, komunikasi *new media* bagi remaja adat Baduy luar sudah diakui warganet, motif komunikasi warga Baduy luar menggunakan media sosial dikarenakan adanya pengaruh budaya luar dengan perubahan zaman. Pengaruh budaya luar di zaman milenial yang berkiblat pada perkembangan informasi di *new media* menjadikan referensi warga Baduy luar terutama dalam pemasaran di dunia serba *online*. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan masyarakat di era milenial ini tidak akan bisa lepas dengan kehidupan *new media* diberbagai *platform* yang masuk dalam era dunia maya. Masifnya peradaban informasi dan komunikasi sebagai teman dan alat bantu pasca indra membuat masyarakat sulit

⁸Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Cybercommunity, Media Sosial dan Diskursus Teknologi Media Komunikasi*, (Jakarta : Kencana, Edisi kedua, Cetakan ke 11, September 2022). 73.

untuk menolak dan menghindari perkembangan *new media*.⁹ Sebagai manusia biasa, seperti suku Baduy luar yang dilema dan sulit untuk memperkuat iman di dalam kehidupan yang menganut kepercayaan leluhurnya. Kemudian hadirnya perkembangan zaman membuat mereka harus bisa menyeimbangkan didalam dua peraturan yakni peraturan adat dan pemerintah.

2. Perilaku Narsis Remaja Adat Baduy Luar di Media Sosial: YouTube

Selain dari motif komunikasi *new media* remaja adat Baduy luar menggunakan media sosial, peneliti juga melihat motif terkait perilaku narsis remaja adat Baduy luar di media sosial Youtube. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa setiap orang cenderung memiliki perilaku narsis, hanya saja dari segi kadarnya yang berbeda. Namun narsis akan berkembang menjadi perilaku narsis akut yang akan berimplikasi pada gangguan kepribadian. Hal ini cenderung membahayakan terhadap dirinya dan orang lain.¹⁰ Dari hasil penelitian, motif remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis remaja adat luar tetaplah dalam garis adat istiadat suku Baduy. Fenomena perilaku narsis di kalangan remaja adat Baduy telah menjadi sorotan warganet dan cenderung membahayakan dan menjadi penyakit bagi suku Baduy. Akan tetapi, motif remaja adat Baduy luar masih mencampuri adat istiadat

di dalamnya, seperti memperlihatkan aktivitas sehari-hari ataupun kegiatan adatnya lewat foto, video bahkan vlog di media sosialnya.

3. Motif yang Melatar Belakangi Perilaku Narsis di Media Sosial Youtube

Setiap perilaku yang ditimbulkan oleh manusia, tentu mempunyai motif atau alasan yang mendorong perilaku tersebut. Adapun motif yang melatar belakangi remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis dan cara mereka gunakan adalah melalui media sosial Youtube dikarenakan adanya kebutuhan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari melalui pemasaran di media sosial selain mengandalkan pariwisata. Cara yang mereka gunakan adalah berdampak positif dengan memasarkan produk kerajinan tangan khas Baduy. Selain pemasaran, sebagai hiburan diwaktu senggang juga pernah dilakukan oleh informan. Beberapa informan memberikan pernyataan bahwa ketika melakukan foto, video dan vlog (perilaku narsis) lewat media sosial itu hanya iseng-iseng atau *moment* saja. Terlihat saat peneliti observasi, di setiap rumah terdapat foto-foto yang diabadikan dan diletakan di depan maupun di dalam rumah. Adapun motif yang melatar belakangi informan menggunakan media sosial di Youtube adalah sebagai bahan referensi pemasaran, hasil produk yang mereka buat untuk diperjualkan. Hal ini dikarenakan adanya media sosial yang mendukung mereka untuk berjualan *online* sebagai pemasukan. Motif mereka melakukan pemasaran di media sosial dikarenakan sulitnya produk yang terjual, hanya dengan mengandalkan pariwisata tidak mudah bagi warga Baduy untuk mendapatkan pemasukan secara cepat.

⁹M. Alfin Fatikh. "Tantangan Komunikasi Islam Moderat di Era New Media". *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan ekonomi)*, Vol. 5 No. 2, November 2020.hlm. 94.

¹⁰Engkus, Hikmat, Karno Saminnurahmat. 2017. "Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya". *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 20 No.2, Desember 2017.

4. Analisis Motif Komunikasi *New Media* tentang Perilaku Narsis di Media Sosial Youtube berdasarkan Teori *Uses and Gratification*

Menurut Katz Et Al (1973) terdapat tiga asumsi yang dalam teor *uses and gratification*. *Pertama*, audiens dihadapi oleh banyak opsi atau pilihan media. Munculnya berbagai macam pilihan tersebut karena sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan audiens. Dalam hal ini, kebutuhan yang digambarkan dari segi psikologis dan sosial. *Kedua*, berangkat dari kebetuhan audiens yang berbagai macam bentuknya, sehingga media dikaitkan dengan *uses and gratification* mencoba mengidentifikasi kebutuhan dari tiap-tiap audiens. *Ketiga*, terjadi kompetisi antar satu media dengan media lainnya untuk dapat memenuhi kebutuhannya.¹¹ Dari artikel ini, peneliti melihat dari asumsi ketiga teori tersebut remaja adat Baduy luar terpengaruh dunia globalisasi dengan munculnya konten-konten Youtube yang berhasil memenuhi kebutuhan remaja adat Baduy luar. Secara hukum adatnya bahwa remaja Baduy dilarang berteknologi, namun *new media* berhasil mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan remaja Baduy dengan cepat. *New media* merupakan media ang mempunyai kekuatan sosial ataupun kelompok yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik yang disebarakan di semua lapisan masyarakat.¹² Komunitas remaja adat Baduy

luar memainkan *new media* dan melihatkan perilaku narsisnya lewat *vlog-vlog* yang tersebar, sehingga membuat adat Baduy dilema dengan hadirnya perkembangan *new media*.¹³

Berikut tahapan-tahapan *teori uses and gratification* yang dilakukan remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube yang dikemukakan oleh McQuail dan rekan (1972), ada empat alasan mengapa audiensi menggunakan media.

- a. Pengalihan (*diversion*), melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari. Mereka yang sudah lelah bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalihan perhatian dari rutinitas. Dari pengalihan tersebut bahwasannya remaja adat Baduy luar melarikan diri ke Ladang sebagai rutinitas aktivitasnya. Kemudian remaja adat Baduy luar melakukan pemasaran sebagai pengalihan pekerjaan sehari-hari dan membutuhkan media sebagai wadah pemasaran produk kerajinan tangannya.
- b. Hubungan personal (*personal relationship*), hal ini terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman. Dari hubungan personal tersebut bahwa remaja adat Baduy luar menggunakan media sosial sebagai hiburan di waktu senggang. Hal ini sudah menjadikan media sebagai teman mereka.
- c. Identitas personal (*personal identity*), sebagai cara untuk memperkuat nilai-

¹¹Hans Karunia, Nauvaliana Ashri, Irwansyah. "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi pada Teori Uses and Gratification". *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, Vol. 3 No.1, 31 Januari 2021.

¹²*Opcit*, M. Alfin Fatikh. "Tantangan Komunikasi Islam Moderat di Era New Media".

Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan ekonomi), Vol. 5 No. 2, November 2020.

¹³ Chabibi dan Hikmah, "PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN FILTER PADA INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU NARSISME MAHASISWA."

nilai individu. Misalnya, banyak pelajar yang merasa lebih bias belajar jika ditemani alunan musik dan radio. Dari definisi tersebut, bahwa remaja adat Baduy luar melihatkan perilaku narsisnya sebagai identitas personal, seperti; memperlihatkan kerajinan tangan dan remaja adat Baduy luar sebagai modelnya. Hal ini guna memperkuat nilai-nilai budaya lewat identitas personal remaja adat Baduy luar.

- d. Pengawasan (*surveillance*), yaitu informasi mengenai bagaimana media membantu individu mencapai sesuatu. Dari pengawasan ini, remaja adat Baduy luar menjadikan media sebagai informasi yang membantu mereka belajar secara otodidak. Seperti yang dilakukan remaja adat Baduy luar yakni bagaimana mempromosikan kerajinan tangannya lewat media sosial Youtube.

Dari ke-empat alasan tersebut pada teori *uses and gratification* remaja adat Baduy luar yang lebih signifikan yakni pengalihan dan pengawasan. Remaja adat Baduy luar dari segi pengawasan lebih mencari informasi mengenai metode pemasaran di media sosial Youtube atau secara otodidak mempelajarinya, hal tersebut membantu individu mencapai sesuatu. Dipadukan dengan pengalihan yakni melarikan diri dari rutinitas warga Baduy, sembari menunggu yang orderan remaja adat Baduy luar membutuhkan hiburan terhadap media sebagai pengalihan perhatian dari rutinitas pemasarannya.

5. Analisis Motif Komunikasi *New Media* tentang Perilaku Narsis di Media Sosial Youtube berdasarkan Teori Motif

Menurut R.S Woodworth merupakan motif sebagai suatu hal yang menyebabkan individu melakukan kegiatan-kegiatan tertentu.¹⁴ Dari analisis ini, peneliti memfokuskan kepada riset yang dikembangkan oleh Papacharissi dan Rubin. Motif ini timbul dikarenakan adanya suatu kebutuhan sebagai pengkonsumsian media yang ditentukan dari perhatian, kepercayaan dan evaluasi. Kebutuhan itulah yang nantinya akan membentuk pola dan kebiasaan remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube, dengan konten-konten mana yang paling memuaskan kebutuhan remaja adat Baduy luar. salah satunya terhadap perilaku narsis remaja Adat Baduy luar. Menurut Papacharissi dan Rubin terdapat lima asumsi dalam teori Motif, diantaranya :

- a. Motif hiburan (*etertainment*), dorongan setiap manusia dalam mencari hal yang berbeda dari rutinitas dengan berpikir ringan yang membuat relaksasi pada diri individu, memberikan stimulus yang positif serta meluapkan emosi dan kejenuhan dalam rutinitas. Dari motif tersebut bahwa remaja adat Baduy luar menghibur dirinya lewat konten-konten yang ada di media sosial.
- b. Motif kenyamanan (*convenience*), dorongan pengekspresian diri dengan menentukan perilaku nilai-nilai yang ada pada gambaran media dan meningkatkan tentang pemahan akan diri sendiri. Selain menggunakan media

¹⁴Nisrina, Kharisma, Clara. "Motif dan Kepuasan dalam Mengikuti Akun Sosial Media Instagram (Survei pada Followers @Jakartacoffeespot)". *Jurnal e-Proceeding of Management*, Vol.8, No.6 Desember 2022.

- sosial, unsur di dalamnya terkandung nilai-nilai adat Baduy. Seperti memperkenalkan kerajinan tangan lewat media sosial dengan bergaya memakai asesoris khas Baduy dan lain sebagainya. Karena itu, remaja adat Baduy luar menentukan perilaku nilai yang ada pada peraturan adatnya dan meningkatkan pemahamannya lewat kreatifitas pemasara di *new media*.
- c. Motif melewati waktu (*passing time*), dorongan seseorang ketika meluangkan waktunya untuk menghibur akan diri sendiri lewat konten-konten yang ada. Seperti yang peneliti dapatkan, bahwa remaja adat Baduy luar meluangkan waktu senggangnya sembari menunggu orderan yang masuk dengan mencari hiburan di media sosial. Selain itu, perilaku narsis membuat remaja adat Baduy luar pun menjadi keisengannya dan mencoba untuk *selfie*, membuat video atau *vlog* di media sosial. Hal ini menjadi hiburan atau kesenangannya bagi remaja adat Baduy luar.
 - d. Motif hubungan antar pribadi (*utility*), dorongan yang berasal dari keperluan atau kebutuhan pada sesuatu dengan harapan yang sebelumnya tidak pernah didapatkan dan dipenuhi kebutuhannya serta merasa puas. Motif ini menunjukkan bahwa remaja adat Baduy luar mendapatkan informasi melalui percakapan antara remaja adat Baduy luar dengan luar Baduy, dan lebih memfokuskan kepada pembeli (*customer*) terhadap pemasaran produk kerajinan tangan melalui media sosial Youtube.
 - e. Motif pencarian informasi (*seeking information*), dorongan akan interaksi sosial demi mendapatkan sebuah pengetahuan yang baru yakni suatu informasi dengan cara memilah mana yang dirasa mendorong manusia lebih percaya diri untuk bergaul dengan lingkungan sosialnya. Hal ini dilakukan oleh suku Baduy luar yang sudah bergaul dengan budaya luar, sehingga suku Baduy luar banyak mendapatkan sebuah pengetahuan yang baru, khususnya remaja adat Baduy luar baik itu lewat media sosial maupun secara berinteraksi dengan budaya luar. Dari hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa motif remaja adat Baduy luar menggunakan media sosial Youtube yakni mencari informasi mengenai metode pemasaran di aplikasi Youtube dan membantu remaja adat Baduy mencapai sesuatu.
- Dari ke-lima alasan yang mendorong tersebut pada teori motif yang lebih signifikan dari remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube yakni pengawasan (*Surveillance*) dan hiburan (*Diversion*). Remaja adat Baduy luar dari segi pengawasan lebih mencari informasi mengenai metode pemasaran di media sosial Youtube dan membantu remaja adat Baduy mencapai sesuatu. Selanjutnya motif hiburan yakni melarikan diri dari rutinitas remaja adat Baduy luardisetiap harinya. Remaja adat Baduy luar jika ada waktu senggang sembari menunggu orderan membutuhkan media sebagai pengalihan perhatian dari rutinitas pemasarannya.

D. Kesimpulan/Penutup

Suku Baduy merupakan suku Sunda yang ada di Banten dan mengasingkan diri dari era globalisasi, saat ini Baduy sudah banyak diakui warganet karena perubahan zaman dan terpengaruh budaya luar. Informan penelitian ini difokuskan pada remaja adat Baduy luar yang berusia rentan 12 – 22 tahun. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa perilaku narsis yang dilakukan remaja adat Baduy luar di media sosial Youtube bukan berarti dalam posisi berbahaya, sebab motif yang mereka lakukan cenderung berdampak positif.

Dalam karya ilmiah ini, peneliti melakukan observasi langsung di lapangan dan melihat *conten* yang ada di media sosial Youtube @ayiaastaman. Peneliti menggunakan dua teori yakni teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification*) kemudian dipadukan dengan teori motif. Kesimpulan dari penelitian berjudul *Motif Komunikasi New Media (Studi Kasus Remaja Adat Baduy Luar terhadap Perilaku Narsis di Media Sosial Youtube)* dapat peneliti paparkan sebagai berikut :

1. Remaja adat Baduy luar sudah banyak diakui warganet dengan mempunyai berbagai *platform* media sosial Youtube. sebagai suku Baduy yang mengisolasi diri dari modernisasi tetapi masih memegang teguh pada nilai dan norma leluhur. Hal ini yang menjadi warga Baduy luar (pendamping) dilema akan adanya pengaruh budaya luar dengan perubahan zaman, pengaruh budaya luar di zaman milenial

yang berkiblat pada perkembangan informasi di *new media*.

2. Remaja adat Baduy luar menggunakan media sosial menurut teori penggunaan dan kepuasan lebih kepada pengawasan yang mencari informasi mengenai metode pemasaran di media sosial Youtube, bagaimana menjadi *conten creator* yang bisa dilihat warganet dengan memperlihatkan adat Baduy serta memasarkan produk kerajinan tangannya. hal ini membantu remaja adat Baduy luar mencapai sesuatu dan merasa puas.
3. Motif remaja adat Baduy luar menggunakan media sosial Youtube mayoritas sebagai wadah pemasaran kerajinan tangannya, mulai dari proses pembuatannya hingga selesai dan siap dijual. Selain itu, meng-*update* aktivitas kesehariannya seperti di Ladang, acara adat, bahkan pernikahan di suku Baduy luar.
4. Selain menggunakan media sosial Youtube, remaja adat Baduy luar memperlihatkan perilaku narsisnya lewat media sosial, hal ini menjadikan remaja adat Baduy luar untuk hiburannya di waktu yang senggang.
5. Untuk mengetahui motif komunikasi remaja adat Baduy luar terhadap perilaku narsis di media sosial Youtube guna pencarian informasi, hiburan dan sebagai alat komunikasi.

Dari kesimpulan tersebut, bahwa remaja adat Baduy luar seperti warganet pada umumnya, yang membedakan warga Baduy luar masih sembunyi-sembunyi menggunakan *handphone* dan adanya peraturan adat (*razia*) satu tahun sekali. Dari pernyataan tersebut, bahwa Baduy luar masih menerapkan sebagian peraturan adat dan nilai leluhurnya meskipun sudah terkontaminasi di era 5.0 sekarang. Berbeda

halnya dengan Baduy dalam yang masih memegang teguh pada nilai dan norma leluhurserta tidak menerima budaya luar masuk ke tanah ulayat mereka. Secara garis besar, Baduy dalam dan baduy luar sama-sama masih memegang norma dan nilai adatnya.

E. Daftar Pustaka

- Aulia, Eka, Furqan, Rifka. 2018. "Hubunga Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram". *Jurnal pemikiran dan Penelitian Psikologi*. Vol. 23, No.1, Januari 2018.
- Bungin, Burhan. 2022. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradima, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta : Kencana, Edisi kedua, Cetakan ke 11, September 2022).
- _____ *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, Cybercommunity, Media Sosial dan Diskursus Teknologi Media Komunikasi*, (Jakarta : Kencana, Edisi kedua, Cetakan ke 11, September 2022).
- Engkus, Hikmat, Karno Saminnurahmat. 2017. "Perilaku Narsis pada Media Sosial di Kalangan Remaja dan Upaya Penanggulangannya". *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol. 20 No.2, Desember 2017.
- Fatikh, M. Alfin. 2020. "Tantangan Komunikasi Islam Moderat di Era New Media". *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan ekonomi)*, Vol. 5 No. 2, November 2020.
- Karunia, Hans, Ashari Nauvaliana, Irwansyah. 2021. "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi pada Teori Uses and Gratification". *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, Vol. 3 No.1, 31 Januari 2021.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Pernermedia Group, 2006).
- Laksono, Puji. 2018. *Sketsa Sosiologi Komunikasi*, (Banguntapan Bantul : Ladang kata, 2018).
- Maulana, Deddy. 2019. *Pengantar Komunikasi Lintas Budaya*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2019).
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antar Budaya: di Era Budayaa Siber*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)
- Nisrina, Kharisma, Clara. 2022. "Motif dan Kepuasan dalam Mengikuti Akun Sosial Media Instagram (Survei pada Followers @Jakartacoffeespot)". *Jurnal e-Proceeding of Management*, Vol. 8, No. 6 Desember 2022.
- Nurudiin, 2018. *Media Sosial : Agama Baru Masyarakat Milenial*, (Malang : Intrans Publishing, 2018).