

MOTIF REMAJA TERHADAP PENGGUNAAN SITUS JEJARING FACEBOOK (SISWA SMK Negeri 7 SAMARINDA)

Latifa Kadir¹

Abstrak

Artikel ini tentang motif remaja terhadap penggunaan situs facebook. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif seluruh responden baik laki-laki maupun perempuan siswa SMK Negeri 7 Samarinda dalam menggunakan jejaring sosial facebook. Peneliti menggunakan empat kategori motif yaitu Motif informasi, Motif identitas pribadi, Motif integrasi dan interaksi sosial dan Motif hiburan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan metode penelitian survei, menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Yamane, maka menjadi 75 sampel dari jumlah siswa populasi 312 siswa SMK Negeri 7 Samarinda sebagai sumber data, penyebaran kuesioner pada siswa kelas XII (duabelas) yang berusia 16-18 tahun. Data dikumpulkan melalui buku-buku, referensi yang ada hubungannya dengan penulisan ini, penelitian lapangan. Teknik analisis data menggunakan distribusi frekuensi dengan menghitung frekuensi data tersebut kemudian dipresentasikan dan juga menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) untuk menarik kesimpulan dari keempat motif tersebut. Kesimpulan yang didapat dari penelitian yang menggunakan rumus mean untuk menghitung nilai rata-rata dapat diketahui bahwa dari keempat motif yaitu motif informasi sebesar 72% menjawab “iya”, sebesar 28% menjawab “tidak”, motif identitas pribadi sebesar 60% menjawab “iya”, sebesar 40% menjawab “tidak”, motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 86% menjawab “iya”, sebesar 14% menjawab “tidak”, dan motif hiburan sebesar 84% menjawab “iya”, sebesar 16% menjawab “tidak”. Keempat motif ini sangat berperan penting dalam diri remaja (siswa) yang menjadi pendorong untuk menggunakan jejaring sosial facebook sesuai dengan perkembangan jaman pada saat ini. Tetapi bila dibandingkan antara keempat motif tersebut, untuk keseluruhan responden maka motif integrasi dan interaksi sosial yang lebih berpengaruh dalam diri remaja (siswa) dalam menggunakan facebook.

Kata Kunci: *Motif, Remaja, Facebook*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini telah mempermudah aktivitas untuk berinteraksi. Pengiriman maupun penerimaan pesan dan informasi tersebut kini

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: latifakadir19@gmail.com

bisa dilakukan dengan menggunakan beragam media yakni digital, koran, radio, televisi, komputer dan telepon genggam dan media jejaring internet kini telah dengan mudah didapatkan.

Perkembangan terbaru internet adalah munculnya jejaring sosial (*social networking*). *Social networking* adalah sebuah layanan internet yang bertujuan sebagai komunitas online bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas. Ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar belakang. Salah satu situs jejaring sosial yang semakin populer dan menjamur saat ini adalah dunia pertemanan *Facebook*. *Facebook* adalah situs web jejaring sosial yang diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg. Berdasarkan data yang diperbaharui oleh *SocialBakers*, pengguna *facebook* di Indonesia tahun 2013 telah menembus angka 50 juta pengguna, tepatnya 50,583,640 juta

Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang berguna untuk mencari teman lama. *Facebook* juga dapat diaplikasi dengan cara mengirim video, foto, bermain game, berdiskusi, dan masih banyak lagi. *Facebook* adalah Jejaring sosial terbesar di Indonesia yang sangat digemari khususnya di kalangan Remaja, Seringnya remaja mengakses *Facebook*, membuat perilaku remaja biasanya berubah, mereka terkadang suka lupa waktu dan lebih sering meluangkan waktu untuk membuka *facebook* disaat mereka sedang melakukan aktivitas sekolah atau kegiatan lainnya. Hal ini tentu saja dapat membuang waktu mereka. Waktu yang seharusnya digunakan untuk belajar, malah digunakan untuk bermain didunia maya. Begitu besarnya dampak kehadiran *Facebook* membuat penulis ingin melakukan penelitian pada siswa, khususnya pada siswa SMK Negeri 7 Samarinda.

Peneliti ingin mengadakan penelitian dengan mengambil responden siswa SMK Negeri 7 Samarinda, karena di SMK tersebut cukup banyak siswa-siswi yang menggunakan internet dan rata-rata memiliki akun *facebook*, hal ini karena SMK tersebut merupakan sekolah IT (teknik informasi) dan difasilitasi Wifi jadi diwajibkan membawah laptop sehingga mempermudah para siswa dan siswi untuk mengakses *facebook*.

Berkaitan dengan hal tersebut, tindakan seseorang dalam menggunakan isi sebuah media massa, seperti menggunakan situs jejaring sosial *facebook* ini tentunya didasarkan pada kebutuhan atau motif yang mendorongnya.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas serta maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Motif Remaja Terhadap Penggunaan Situs Jejaring *Facebook*”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah motif apa sajakah mendorong remaja menggunakan situs jejaring *facebook*.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui motif remaja menggunakan situs jejaring *facebook*.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

Segi Teoritis :

1. Diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam studi ilmu komunikasi terutama bidang komunikasi massa mengenai perkembangan teknologi komunikasi.

Segi Praktis

1. Diharapkan memberikan informasi dan pengetahuan kepada siswa-siswa SMK Negeri 7 Samarinda dan para guru untuk memanfaatkan jejaring sosial *facebook*.
2. Diharapkan untuk meningkatkan ilmu pengetahuan kreatifitas, serta penggunaan *facebook* pada hal yang positif dan mencegah tindakan negatif yang bisa terjadi melalui *facebook*.

Kerangka Dasar Teori

Media Baru

Menurut Roger Filder (2003) dalam bukunya "*Mediamorfosis*", media baru (*new media*) merupakan perubahan media lama (*old media*) yang bertransformasi dan beradaptasi melalui suatu rangkaian proses yang ia sebut dengan *mediamorphosis*.

Media baru tidak termasuk televisi film, buku atau majalah, melainkan sebuah teknologi yang memungkinkan penggunaanya berinteraksi. Dalam media baru proses komunikasinya berbeda dengan komunikasi yang dilakukan oleh media lama atau media massa yang sudah kita kenal.

Internet sebagai Media Komunikasi Baru

Menurut Severin & Tankard (2001: 6) Internet merupakan komunikasi yang berlangsung antara komunikator dan komunikan lebih bersifat komunikasi dua arah, lebih mementingkan hubungan walaupun tidak jelas isi pesan yang disampaikan. Fasilitas internet (*email, chatting dan browser*) digunakan oleh banyak orang untuk berkomunikasi.

Perkembangan seperti ini pernah digambarkan McQuail (1991) sebagai perangkat media elektronik baru yang mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, Internet ternyata bukan sekedar menjadi alternatif media komunikasi saja, tetapi ikut membentuk pola-pola komunikasi baru.

Motif Remaja

Menurut Gerungan (2004: 151), motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang

menyebabkan ia berbuat sesuatu. Motif merupakan penggerak atau pendorong untuk melakukan sesuatu tindakan. Setiap orang digerakkan atau didorong oleh kebutuhan dan keinginan (*want & need*) tertentu.

Menurut Kriantono (2007: 205), motif adalah faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi dan selera sosial yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut.

McQuail (1991: 72) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok. Adapun pembagian tersebut adalah: Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integrasi dan Integrasi Sosial dan Motif Hiburan.

Pengguna *facebook* sebagian besar adalah kalangan remaja dilihat dari statistik pengguna *facebook* di Indonesia usia 13-17 dan 18-24 yang paling banyak menggunakan *facebook*, tindakan seseorang dalam menggunakan isi sebuah media massa, seperti menggunakan situs jejaring social *facebook* ini tentunya didasarkan pada dorongan pada motif-motif tertentu.

Pengertian Facebook

Menurut Priyanto (2009), *facebook* adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, dan daerah untuk melakukan koneksi berinteraksi dengan orang lain.

Facebook diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Marz Zuckerberg, awalnya hanya untuk lingkungan sendiri dimana digunakan untuk komunikasi antar mahasiswa lulusan Harvard dan mantan murid *Ardsley High School*. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotannya diperluas kesekolah lain diwilayah Boston, Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam *Ivy League*. Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya. Sejak 11 September 2006, orang dengan alamat surat elektronik (*e-mail*) apa pun dapat mendaftar di *facebook*. Pengguna dapat memilih untuk bergabung dengan satu atau lebih jaringan yang tersedia.

Teori Uses and Gratification

Menurut Severin & Tankard (2007: 205), teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. Artinya, manusia itu memiliki otonomi dan wewenang dalam memberlakukan media. Karena khalayak mempunyai banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak untuk dirinya. Karena menurut teori ini mungkin saja media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan mereka.

Terdapat 5 asumsi dasar teori adalah:

- a. Khalayak aktif

- b. Inisiatif dalam pemilihan media
- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya
- d. Audience mempunyai kesadaran diri akan penggunaan media
- e. Kepuasan yang diperoleh dapat berasal dari isi media, terpaan media dan situasi sosial dimana terpaan media terjadi

Katz dan Blumler (Baran & Davis 2009: 241-242) mengemukakan ada beberapa faktor sosial yang menyebabkan timbulnya kebutuhan seseorang yang berhubungan dengan media, yaitu:

1. Situasi sosial menimbulkan ketegangan dan pertentangan. Orang berusaha melepaskan dirinya dari hal itu dengan mengkonsumsi media massa
2. Situasi sosial menciptakan kesadaran akan adanya masalah yang membutuhkan perhatian dan informasi. Informasi itu dapat dicari lewat media.
3. Situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui konsumsi media yang selaras.

Definisi Konseptual

Berkenaan dengan penelitian ini, maka berikut ini penulis mengemukakan konsep dari variabel yang akan diteliti sebagai berikut:

Motif pengguna *facebook* di kalangan remaja adalah dorongan atau tujuan dalam diri yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi melalui penggunaan media jejaring sosial *facebook*. Dorongan-dorongan tersebut bisa berasal dari luar diri atau dari dalam diri.

Dorongan dari luar seperti terpengaruh teman dan mengikuti perkembangan jaman, sedangkan dorongan dari dalam diri remaja adalah kebutuhan akan komunikasi yang cepat dan sebagai media hiburan, informasi, serta ingin memenuhi keingintahuan terhadap pengetahuan baru yang berasal dari lingkungan hidupnya. *facebook* adalah sebuah jejaring sosial pertemanan yang hadir sesuai dengan kemajuan teknologi dan perkembangan jaman yang dapat menghubungkan siapa saja walaupun berbeda tempat.

Definisi Operasional

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka penelitian ini di fokuskan :

1. Motif Informasi
2. Motif Identitas Pribadi
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
4. Motif Hiburan

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Ditinjau dari segi data dan analisisnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini adalah survei yang menggunakan sampel sebagai sumber data, data dikumpulkan melalui buku-buku, referensi yang ada hubungannya dengan penulisan ini, penyebaran kuesioner, dan penelitian lapangan.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMK Negeri 7 Samarinda dan dengan mengambil siswa SMK Negeri 7 Samarinda. Alasan dipilihnya SMK Negeri 7 Samarinda sebagai lokasi penelitian ini, bahwa di SMK Negeri 7 Samarinda merupakan sekolah IT (Teknik Informatika) yang ada di Samarinda dan memiliki fasilitas *wifi* atau *hotspot* yang dapat digunakan oleh para siswa untuk mengakses situs jejaring *facebook*.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2002:55) menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari. Populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan objek yang diteliti dan akan dijadikan sumber pengambilan sampel. Sedangkan sampel adalah bagian dari individu yang mewakili populasi. Penelitian ini mengambil populasi siswa/I kelas 3 (XII) SMK Negeri 7 Samarinda dan telah diketahui jumlah seluruh siswa/I kelas 3 (XII) 312 siswa, maka didapatkan sampel dalam penelitian ini adalah 75 siswa/i.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini peneliti menggunakan informan yang di anggap sebagai orang yang berkompeten untuk memberikan data yang di butuhkan. Dalam penelitian ini kuesioner akan dibagikan pada siswa SMK Negeri 7 Samarinda kelas 3 (XII). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Data Primer, Data Sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yakni, Penelitian Kepustakaan (*Library research*) dan Penelitian Lapangan (*Field work research*).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi ini dapat dilakukan dengan menghitung frekuensi data tersebut kemudian dipresentasikan (Bungin, 2010:172) dapat menggunakan rumus:

$$N = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

fx = Frekuensi individu

N = Jumlah kejadian

Rumus Mean (nilai rata-rata) Bungin (2010: 175).

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

Keterangan :

f_x = Jumlah presentase

N = Jumlah pernyataan/pertanyaan

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah disajikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dalam hubungannya dengan penggunaan media, penggunaan fitur-fitur atau fasilitas dari suatu media akan dapat menimbulkan efek terhadap kepuasan yang diperoleh, baik itu menambah atau mengurangnya. Hal tersebut sesuai dengan pertanyaan yang dinyatakan Blumler (dalam Fisher 1986: 213) dan kawan-kawan, bahwa kepuasan audience dapat diperoleh paling tidak dari tiga sumber yang berbeda, yaitu isi media, terpaan terhadap media itu sendiri dan konteks sosial yang merujuk pada situasi terpaan yang berbeda-beda.

Dari hasil penelitian dan pengamatan yang peneliti lakukan pada 75 responden yang memiliki akun *facebook*, seluruh responden yang menggunakan media jejaring sosial *facebook*, menunjukkan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan, berperan penting dalam diri seseorang untuk mendorong dalam menggunakan jejaring sosial *facebook*.

1. Motif Informasi

Jawaban responden mengenai Motif Informasi cukup tinggi, dengan menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) yaitu sebesar 72% responden menjawab “iya”, sebesar 28% responden menjawab “tidak”. Responden lebih sering menggunakan jejaring sosial *facebook* untuk mencari berita, informasi, pengetahuan, atau sesuatu yang baru dari teman, keluarga, guru, atau pun dari lingkungan sekitarnya. Dimana motif informasi adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk mencari dan mengetahui hal-hal baru yang terjadi di dalam kehidupannya.

Kaitan antara teori *uses and gratification* dan motif informasi bahwa teori ini lebih menekankan pada pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Artinya, audiens adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini adalah kebutuhan akan pengetahuan yang terdapat dalam motif informasi. Seorang remaja (siswa) memilih jejaring sosial *facebook* karena komunikasinya bersifat dua arah, sehingga pengetahuan atau pesan yang ia dapat bersifat keseluruhan atau ia merasa puas terhadap pesan yang didapat. Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch (Baran & Davis 2009: 241-242) menjelaskan adanya situasi sosial yang membuat seorang pengguna membutuhkan media yaitu, situasi sosial dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk terus mencari informasi yang ditawarkan pada media.

2. Motif Identitas Pribadi

Jawaban responden mengenai Motif Identitas pribadi dengan menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) yaitu sebesar 60% responden menjawab “iya”, sebesar 40% responden menjawab “tidak”. Motif identitas pribadi adalah dorongan untuk mengenal dan menghayati dirinya sebagai pribadi sendiri serta tidak tenggelam dalam peran yang dimainkan, misalnya sebagai anak, teman, pelajar, ataupun teman sejawat. Identitas diri muncul ketika anak muda memilih nilai dan orang tempat dia memberikan loyalitasnya, bukan sekadar mengikuti pilihan orangtuanya. orang yang sedang mencari identitasnya adalah orang yang ingin menentukan siapakah atau apakah yang dia inginkan pada masa mendatang.

Kaitan antar teori *uses and gratification* dan motif identitas pribadi bahwa teori ini menjelaskan adanya situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui media. Penguatan diri bisa didapat melalui media, dengan media seseorang dapat memperkenalkan identitas dirinya pada pengguna media yang lain.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Jawaban responden mengenai Motif Integrasi dan interaksi sosial lebih tinggi, dengan menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) yaitu sebesar 86% responden menjawab “iya”, sebesar 14% responden menjawab “tidak”. Melalui motif ini seorang remaja (siswa) bisa menyesuaikan diri dengan lingkungannya, dan selalu ingin berinteraksi dengan teman maupun keluarganya. integrasi sosial adalah jika yang dikendalikan, disatukan, atau dikaitkan satu sama lain itu adalah unsur-unsur sosial atau kemasyarakatan, Hubungan integrasi sosial bagi remaja (siswa) dalam penelitian ini adalah, masa remaja adalah masa pencarian jati diri dan mudah mengikuti lingkungan dimana remaja tersebut hidup.

Kaitan antara teori *uses and gratifications* dan motif integrasi dan interaksi sosial, bahwa *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. artinya, manusia itu memiliki otonomi dan wewenang dalam memberlakukan media, karena khalayak mempunyai banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak untuk dirinya. Jejaring sosial *facebook* banyak digunakan oleh siswa SMK Negeri 7 Samarinda karena bisa digunakan untuk berkomunikasi, mencari informasi, berita dan sebagainya. Sehingga timbul dalam diri remaja (siswa) untuk memilih jejaring sosial *facebook* sebagai media untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain.

4. Motif Hiburan

Jawaban responden mengenai Motif Hiburan cukup tinggi, dengan menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) sebesar 84% responden menjawab “iya”, sebesar 16% responden menjawab “tidak”. Motif hiburan yaitu melepaskan diri dari permasalahan dan bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan ekstetis,

mengisi waktu, menyalurkan emosi. Mencari hiburan dan bersenang-senang akan lebih tepat dilakukan bersama dengan orang lain, karena bisa berinteraksi langsung.

Sesuai dengan teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bahwa seseorang bebas memilih media apa yang digunakan untuk memenuhi keinginan hatinya, termasuk dalam hal hiburan atau media yang digunakan untuk bersenang-senang, maka dijelaskan bahwa penggunaan media menurut pendapat Snow (dalam Tubbs 2000: 212) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati. Sejauh orang menjadwalkan penggunaan media sehari-hari, interaksi dengan media membutuhkan ritme dan tempo tersendiri. Misalnya mengakses *facebook* untuk mencurahkan suasana hati baik saat merasa senang, sedih, ataupun marah di status sehingga perasaan emosi itu bisa disalurkan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh penulis maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya adalah :

1. Motif Informasi sebesar 72% responden menjawab “iya”, sebesar 28% responden menjawab “tidak”. Responden menggunakan jejaring sosial *facebook* untuk memenuhi rasa keingintahuannya terhadap hal-hal baru seperti berita-berita dan informasi terbaru melalui *facebook*. Dengan membaca status teman-teman di *facebook* mereka pun mengetahui berita dan informasi terbaru yang sedang hangat dibicarakan dan mencari pengetahuan baru yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan jaman dan teknologi.
2. Motif Identitas pribadi sebesar 60% responden menjawab “iya”, sebesar 40% responden menjawab “tidak”. Responden menggunakan *facebook* untuk memperteguh identitas dirinya.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial menggambarkan sebesar 86% responden menjawab “iya” dan hanya sebesar 14% responden menjawab “tidak”. Peneliti menyimpulkan motif integrasi dan interaksi sosial lebih dominan memengaruhi remaja (siswa) SMK Negeri 7 Samarinda karena dalam motif ini bila dijelaskan secara mendalam dapat mencakup seluruh motif atau tujuan seseorang dalam menggunakan media dan berkomunikasi dengan orang lain. Dalam motif integrasi dan interaksi dengan orang lain seseorang dapat memperoleh informasi, dan pengetahuan baru, dapat menentukan sikap, jati diri, pengenalan terhadap lingkungan, orang lain, dan diri sendiri, serta dapat menjadi media penghibur bagi seseorang. Motif Hiburan menggambarkan sebesar 84% responden menjawab “iya”, sebesar 16% responden menjawab “tidak”. Responden menggunakan jejaring sosial *facebook* untuk pelarian dari masalah, dan melepaskan suasana hati, sebagai seorang pelajar tentu banyak rutinitas yang dilakukan baik di sekolah maupun di luar sekolah, misalnya seharian belajar di sekolah, mengerjakan berbagai macam tugas individu

maupun kelompok, sehingga mereka membutuhkan waktu untuk bersantai untuk mengakses jejaring sosial *facebook* sebagai media hiburan.

Dari data yang telah peneliti peroleh dari seluruh responden, dapat ditarik kesimpulan bahwa motif integrasi dan interaksi sosial lebih dominan dari diri remaja (siswa). kemudian motif hiburan, motif informasi dan motif identitas pribadi.

Saran

Setelah peneliti melakukan menarik kesimpulan dari penelitian ini, peneliti memiliki saran diantaranya :

1. Remaja sebaiknya tetap meningkatkan motivasi belajar dan menjadikan *Facebook* ataupun situs jejaring sosial lainnya sebagai sarana interaksi maupun pusat informasi sehingga pendidikan tetap diutamakan.
2. Bagi pihak sekolah dan orang tua dapat mengontrol perilaku siswa dalam penggunaan jejaring sosial *facebook* yang berlebihan agar tidak mempengaruhi prestasi mereka disegala bidang.
3. Bagi siswa SMK Negeri 7 Samarinda sebaiknya akses jejaring sosial tersebut dapat dilakukan diluar jam sekolah agar siswa bisa tetap fokus dengan kegiatan belajar mengajar disekolah.

Daftar Pustaka

- Nurudin, Dedy Nur, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati dan Siti Karlinah, 2009. *Komunikasi Massa*, Sambiosa Rekatama Media, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2012. *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Syamsu & Djawad Dahlan, 2009. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Bungin, Burhan, 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Kencana, Bandung.
- Priyanto, Hari, 2009. *Sukses di Era Facebook, Kiat-kiat Memanfaatkan Media Sosial Untuk Kemenangan Gemilang*, pt How Prees, Bandung.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabet, Bandung.
- Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi “Disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran”*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Severin J Werner, Tankard, 2007. *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terpan di Dalam Media Massa)*, Kencana, Bandung.
- Ali, Mohammad & Asrori, 2006. *Psikologi Remaja”Perkembangan Peserta Didik”*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Rosita, Osa, 2009. *Gabung di Facebook Coy*, Panduan, Yogyakarta
- Dipl, Gerungan, 2004. *Psikologi Sosial*, Refika Aditama, Bandung.

- Fidler, Roger, 2003. *Mediamorfosis*, Benteng Budaya, Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- McQuail, Denis, 1991. *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga edisi kedua, Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Mangkunegara, Anwar, 2009. *Perilaku Konsumen*, Refika Aditama, Bandung.
- Moss, Sylvain dan Tubbs, L. Stewart, 2000. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Santrock, 2003. *Adolecense (Perilaku Remaja)* Terjemahan oleh Soedjarwo, Erlangga, Jakarta.
- Vardiansyah, Dani, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Ahmadi, Abu, 1991. *Psikologi Sosial*, Rineka Cipta, Jakarta