

MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN PELAJAR SISWA SMA NEGERI 5 SAMARINDA

ROSWITA¹

ABSTRAK

ROSWITA, Motif Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Pelajar Siswa SMA Negeri 5 Samarinda, di bawah bimbingan Drs. H. Muhammad Noor, M.Si dan Annisa Wahyuni M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengguna jejaring media sosial yang sedang fenomena di Indonesia. Munculnya jejaring media sosial sebagai media baru untuk berinteraksi dapat memudahkan dan menjalin komunikasi interpersonal. Motif yang mempengaruhi dalam penggunaan jejaring media sosial akan berpengaruh juga terhadap kepuasan dan kebutuhan yang akan diperolehnya. Hal tersebut yang mendorong penulis untuk mengetahui apakah motif menggunakan jejaring media sosial mempengaruhi kepuasan yang diperolehnya, dan apakah penggunaan jejaring media sosial juga mempengaruhi motif kognitif dan motif afektif.

Metode Yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif Kuantitatif yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penelitian lapangan dengan melakukan kegiatan survey menggunakan kuisioner dan wawancara. Penelitian ini menggunakan Model Uses and Gratifications yang menganggap khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga, untuk membuktikannya dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata dan frekuensi dengan menggunakan rumus Yamane untuk mengetahui nilai rata-rata yang menggunakan jejaring media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat motif kognitif dan afektif dalam menggunakan jejaring media sosial tersebut. Hal ini di tandai dengan nilai sebagai titik tengah interval dan frekuensi pada interval.kelas dengan produk perkalian antara pada tiap interval data dengan tanda kelas pada tabel distribusi frekuensi.

Kata Kunci : *Motif dan Kepuasan, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Internet pada dasarnya merupakan sebuah jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia secara terus-menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk *email*, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer (Severin dan Tankard, 2007:6). Internet mulai digunakan ketika terjadi konflik militer di pertengahan abad 20. Secara perlahan, jaringan komputer

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

yang dipakai oleh kalangan militer terus dipublikasikan pada masyarakat untuk kepentingan komersial dan personal. Internet sebagai sebuah jaringan pada Departemen Pertahanan dan Komunikasi Ilmiah sudah ada kira-kira selama 20 tahun. Yang membuat jaringan itu tiba-tiba menarik bagi para awam adalah penemuan Mosaic pada tahun 1993, sebuah *browser* untuk *World Wide Web* yang telah membuat sumber-sumber internet yang lebih banyak dapat diakses (Severin dan Tankard, 2007: 6). Mosaic membiarkan para pengguna membuka internet dengan hanya menunjuk dengan sebuah tanda panah dan menekan kursor (*mouse*), dan hal itu mempermudah untuk melihat grafik online.

Kehadiran internet sebagai media baru memungkinkan para penggunanya mengakses berbagai informasi. Dewasa ini internet semakin banyak dipilih sebagai media komunikasi sosial. Internet membawa perubahan-perubahan baru dalam perilaku komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa. Perubahan ini membawa cara baru bagi setiap orang terutama yang terhubung dengan internet untuk melakukan komunikasi secara *online*. Beberapa kecenderungan baru, terutama dalam penyajian isi internet mengubah pola komunikasi interpersonal. Seperti misalnya kehadiran weblog sebagai salah satu media untuk mengekspresikan diri. Seperti halnya *instant messaging*, jaringan sosial secara *online* adalah sebuah teknologi yang kini sedang hangat-hangatnya. Teknologi ini pada intinya membangun jaringan dengan menampung *database* kontak nama, ketertarikan pada suatu hal tertentu atau informasi lain yang bisa menjadi penghubung. Kemudian muncul situs-situs yang sangat *trend* saat ini dalam menjalin pertemanan dan berhubungan kembali dengan teman lama yang mungkin sudah jarang sekali dan bahkan tidak pernah berhubungan, beberapa situs itu antara lain www.tanggen.com, www.myspac.com, friendster.com, www.facebook.com, serta www.twitter.com. Khusus untuk situs jejaring sosial *Facebook* yang akhir-akhir ini sangat populer di dunia menempati posisi pertama dalam *Top Sites In Indonesia* (sumber: Alexa Top 100 Sites Portal Sosial Networking).

Berdasarkan dengan hal tersebut, tindakan isi sebuah media, seperti menggunakan situs jejaring social ini tentulah didasarkan pada kebutuhan yang mendorongnya hingga sampai pada sebuah media sosial. Menurut Blummer penggunaan sebuah isi media menimbulkan harapan tertentu dari pengguna media sosial atau sumber-sumber lain, yang berkaitan pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan-keterlibatan lain), dan menimbulkan perubahan kebutuhan dan akibat-akibat lain yang mungkin tidak diinginkan. (JalaluddinRakhmat, 2007 : 205).

Dari uraian diatas, perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimana motif penggunaan media sosial di kalangan pelajar siswa kelas 1 dan kelas 2 SMA Negeri 5 Samarinda.

Penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah yang bertujuan untuk mengetahui motif-motif siswa SMA Negeri 5 Samarinda untuk mengakses situs jejaring media sosial.

Suatu penelitian akan memiliki manfaat bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Karena itu penelitian ini memiliki manfaat praktis, yaitu memberikan informasi tentang motif siswa SMA Negeri 5 Samarinda dalam mengakses situs jejaring media sosial, dengan harapan penelitian ini dapat bermanfaat untuk konsumsi praktisi komunikasi khususnya dibidang komunikasi.

Manfaat teoritis dari penelitian ini, yaitu mengetahui penerapan pendekatan *uses and gratification*, dimana dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk mengidentifikasi motif-motif yang menjadi pendorong khalayak, dalam hal ini siswa SMA Negeri 5 Samarinda untuk mengakses situs jejaring media sosial. Dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan studi komunikasi serta mampu memperkaya varian alternatif rujukan serta sebagai khazanah referensi dalam penelitian-penelitian tentang khalayak dimasa mendatang terhadap industri komunikasi dan informasi.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2006: 90), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Namun dalam penelitian tersebut penulis mengambil secara random, hal ini mengingat besarnya jumlah populasi dalam penelitian ini adalah siswa sekolah SMA Negeri 5 Samarinda, yaitu siswa kelas 1 dan siswa kelas 2 dengan total keseluruhan siswa berjumlah 195 orang, dan yang terpilih sebagai sampel penelitian adalah siswa yang terbagi dalam kelas 1 sebanyak 140 siswa, dan kelas 2 sebanyak 55 siswa. Selanjutnya dalam menentukan populasi pada penelitian ini yang dipilih adalah siswa yang terdaftar dan masih menurut pengamatan. Dengan ketentuan siswa yang selalu menggunakan atau mengakses media sosial.

Menurut Suharsimi Arkunto, sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Keuntungan dalam menggunakan sampel yaitu : memudahkan peneliti, penelitian lebih efisien, lebih teliti dan cermat dalam pengumpulan data, serta penelitian lebih efektif.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan penulis untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan langsung dilapangan dengan cara :

a. Observasi

Mengamati kondisi lapangan, memperhatikan perilaku siswa yang memiliki akun di sosial media, serta mengamati akun media sosialnyasiswa yang

menjadi sampel sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai motif siswa tersebut mengakses jejaring sosial media.

b. Kuisisioner

Kuisisioner ini ditujukan untuk siswa sekolah SMA Negeri 5 Samarinda khususnya untuk kelas 1 dan kelas 2 yang menggunakan jejaring sosial media, tujuannya membuat pernyataan yang berhubungan dengan penggunaan sosial media dan berkaitan dengan aktivitas siswa tersebut di selang waktu belajarnya dan untuk mempermudah memperoleh keterangan mengenai masalah yang diteliti.

c. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berkomunikasi secara tatap muka langsung kepada responden untuk menggali pemikiran atau pendapat secara detail. Wawancara ini akan ditujukan kepada Wakil Kepala Sekolah SMA Negeri 5 Samarinda yang bertujuan untuk mengetahui pemikiran dan pendapatnya sendiri tentang siswa yang menggunakan jejaring media sosial.

Penyajian data

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuisisioner yang disebar, diperoleh data-data sebagai berikut :

Data Responden

Data responden menjelaskan tentang latar belakang orang yang menjadi responden dalam menjawab pertanyaan kuisisioner yang diberikan oleh peneliti, berikut ini aspek-aspek yang menjadi data responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Siswa

Dari hasil penelitian dengan jumlah 195 orang responden, masing-masing terdapat lima kelas dengan jurusan yang berbeda, data yang terkumpul melalui kuisisioner dapat dilihat pada tabel berikut :

Data Siswa

Kelas	Siswa	Jumlah	Persentase (%)
Kelas 1 IPA 1	12	7	18
Kelas 1 IPA 2	13	8	20
Kelas 1 IPA 3	11	7	17
Kelas 2 IPS 1	12	7	18
Kelas 2 IPS 2	12	7	18
Kelas 2 IPS 3	6	4	9
Jumlah total	66	40	100%

Sumber : Hasil perhitungan jawaban responden tahun 2015

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan Media Sosial terbanyak adalah siswa kelas 1 dan kelas 2 yaitu sebesar 40 orang responden.

TEORI DAN KONSEP

Pengertian Komunikasi

Pada kenyataan sikap, pendapatan, atau perilaku seseorang dapat dirubah oleh orang lain apabila komunikasi yang terjadi memang komunikatif seperti apa yang diuraikan diatas. Situasi komunikatif dapat terjadi apabila ada pemilihan kata-kata atau susunan kalimat yang cocok dan dapat dimengerti oleh yang berkomunikasi dengan apa yang dinamakan Wilbur Schramm (Effendi, 2003 : 30) "Frame of reference" atau dalam bahasa indonesianya kerangka acuan, yaitu panduan pengalaman dan pengertian (collection of experiences and meanings). Secara teknologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan kepada orang lain, dan pengertian ini jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial (Effendi, 2002: 4).

Dalam pengertian paradimatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu atau bersifat Internasional, karena itu harus dilakukan dengan perencanaan. Sejauh mana kadar perencanaan itu, tergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan yang dijadikan sasaran (Effendi, 2002 :5). Komunikasi itu sendiri menurut kamus komunikasi adalah : Proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagai yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsungsecara tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberi tahu atau mengubah sikap (attitude). Pendapat (opinion) atau perilaku (behavior).

Ada delapan unsur pokok dalam proses komunikasi, sebagai berikut :

1. Pengirim atau sumber adalah orang yang mempunyai ide untuk mengadakan komunikasi.
2. Encoding adalah menerjemahkan informasi menjadi serangkaian symbol untuk komunikasi.
3. Massage (pesan) adalah informasi yang sudah disandikan dikirimkan oleh pengirim kepada penerima.
4. Channel (saluran) adalah informasi yang sudah disandikan dikirimkan oleh pengirim kepada penerima.
5. Receiver (penerima) adalah individu yang menanggapi pesan dari pengirim.
6. Decoding (pengertian) adalah interpretasi suatu pesan menjadi informasi yang berarti.
7. Noice (gangguan) adalah faktor yang menimbulkan gangguan, kebingungan terhadap komunikasi.
8. Umpan balik adalah kebalikan dari proses komunikasi sebagai suatu reaksi terhadap informasi yang disampaikan oleh pengirim.

Pengertian Motif

Sayed Muhammad seorang lulusan psikologi Universitas Islam Indonesia, yang merupakan perintis dan penulis tetap pada situs konsultasi@pikirdong.org, mendefinisikan motif sebagai salah satu aspek psikis yang paling berpengaruh dalam tingkah laku individu. Motif diartikan sebagai suatu keadaan yang sangat kompleks dalam organisme (individu) yang mengarahkan perilakunya kepada satu tujuan, baik disadari atau tidak. Perilaku tersebut bertujuan untuk mendapatkan insentif, jadi dapat disimpulkan bahwa adanya keinginan diluar *need* dan *drives* untuk memperoleh sesuatu hal (<http://www.pikirdong.org/konsultasi/php>).

1. Pengertian motif pun sangat beragam dari beberapa ahli yang membahas pokok persoalan ini.
2. *Drives* didasarkan adanya dorongan untuk pemenuhan kebutuhan dasar, sedangkan *need* lebih sering digunakan pada keinginan-keinginan kebutuhan yang dianggap kurang dalam suatu kebutuhan-kebutuhan individu. Motif juga diartikan sebagai yang memberikan arah dan energi pada perilaku. Arah dan energi inilah yang sering disebut juga dengan motivasi (dalam bahasa latin disebut *movere* atau *motive*). Jadi sangat erat kaitannya antara kedua kata tersebut.
3. Pendapat Sherif & Sherif (1956) mengatakan bahwa 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. Sedangkan Haroldz Koontz dan kawan-kawan (1980:632), mengungkapkan bahwa motif adalah suatu keadaan dari dalam yang memberikan kekuatan yang menggiatkan, atau yang menggerakkan sehinggal disebut 'penggerakan' atau 'motivasi' yang mengarahkan perilaku individu ke arah tujuan-tujuan tertentu.
4. Pendapat ini sedikit berbeda dengan pendapat Nasution (Alex Sobur, 2003: 267) bahwa motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu, dan Giddens(1991: 64) yang mengartikan motif sebagai impuls atau dorongan yang memberikan energi pada tindakan manusia sepanjang lintasankognitif atau perilaku kearah pemuasan kebutuhan (<http://kmjppb.wordpress.com/2010/10/16/definisi-motif-motivasi/>). Motif dalam pengertian Nasution ini mencakup daya baik dari dalam maupun luar individu dan Giddens tidak menjelaskan impuls yang dimaksud itu berasal dari dalam luar individu. Berbeda dengan pendapat Sherif & Sherif dan Haroldz Koontz yang jelas mengartikan motif sebagai dorongan dari dalam saja, tidak termasuk dari luar.

Dalam penggunaan jejaring sosial tidak terlepas juga dari penggunaan internet. Menurut Horrigan (2000), terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna internet.

The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology (Qomariyah, 2009) menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori dengan berdasarkan intensitas internet yang digunakan :

- a. *Heavy Users* (lebih dari 40 jam perbulan)
- b. *Medium Users* (antara 10 sampai 40 jam perbulan)
- c. *Light Users* (kurang dari 10 jam perbulan)

Intensitas Pengguna Media Sosial

Intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensinya. Penggunaan merupakan cara mempergunakan sesuatu, pemakaian. Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan, frekuensi dan prioritas penggunaan dalam berbagai jenis isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Kehidupan manusia akan selalu diwarnai dengan proses komunikasi. Media merupakan salah satu sarana komunikasi yang berperan penting untuk menyebarkan informasi di kalangan masyarakat. Media hadir manusia sebagai sumber informasi, hiburan, dan pengetahuan bagi manusia. Dengan adanya media, manusia dapat berinteraksi dengan dunia luar atau mengetahui apa yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Seiring dengan perkembangan teknologi, media komunikasi juga turut mengalami perubahan. Berawal dari media cetak hingga media baru yang menggunakan akses internet, atau sering disebut dengan media online. Jejaring media sosial telah dianggap sebagai salah satu media komunikasi online yang memberikan kemudahan bagi khalayak untuk memenuhi kebutuhan komunikasi interpersonal.

Dalam operasional menurut Kerlinger yang dikutip oleh Ulber Silalahi, melekatkan arti pada suatu konstruk dengan cara menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan yang perlu untuk mengukur konstruk atau variabel itu.

1) Motivasi menggunakan Media Sosial

Indikator variabel disini adalah sesuatu yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan individu untuk menggunakan jejaring media sosial dalam menjalin komunikasi interpersonal.

Operasionalisasi motivasi penggunaan media sosial dibagi menjadi tiga orientasi sebagai berikut :

1. Motivasi kognitif merupakan dorongan yang didasari oleh kebutuhan akan pengetahuan, keterampilan dan informasi. Apakah penggunaan media sosial termotivasi oleh hal-hal seperti di bawah ini :
 - a. Keinginan mendapatkan kabar terbaru teman
 - b. Keinginan mendapatkan informasi
 - c. Keinginan mendapatkan informasi tentang undangan suatu acara
 - d. Keinginan mendapatkan berita atau fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat dan dunia
- 2) Motivasi diversifikasi merupakan dorongan yang didasari kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Apakah penggunaan media sosial termotivasi oleh hal-hal seperti di bawah ini :
 - a. Keinginan mendapatkan hiburan

- b. Keinginan mencurahkan perasaan atau emosi
 - c. Keinginan melepaskan diri dari permasalahan
 - d. Keinginan untuk mengobrol atau chatting dengan teman
 - e. Keinginan untuk menghilangkan kebosanan
- 3) Motivasi identitas personal merupakan dorongan untuk menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan responden. Apakah penggunaan media sosial termotivasi oleh hal-hal seperti di bawah ini :
- a. Keinginan menampilkan profil lengkap (tanggal lahir, email, sekolah, hobi, asal, dan lain-lain)
 - b. Keinginan memperbaharui status
 - c. Keinginan berbagi hasil karya yang dibuat dengan teman
 - d. Keinginan menampilkan foto-foto pribadi
- 4) Intensitas penggunaan media social
- Indikator variabel dalam perilaku penggunaan media sosial terdiri dari :
- a. Frekuensi dalam menggunakan media sosial dalam sehari
 - b. Lama waktu penggunaan dalam sehari (ukuran jam)
 - c. Prioritas aktivitas menggunakan berbagai fitur jejaring media sosial (pada saat melakukan)
- 5) Kepuasan menggunakan media social
- Kepuasan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi interpersonal diperoleh dari seberapa besar kemampuan jejaring sosial dalam memenuhi kebutuhan dalam hal ini pemenuhan terhadap motivasi yang menyebabkan seseorang menggunakan media tersebut.
- Indikator dari kepuasan menggunakan media sosial tersebut yaitu :
1. Kepuasan karena terpenuhi motivasi kognitif
 - a. Mempermudah mendapatkan kabar terbaru teman
 - b. Mempermudah mendapatkan informasi
 - c. Mempermudah mendapatkan informasi tentang undangan suatu acara
 - d. Mempermudah mendapatkan informasi tentang berita atau fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat dan dunia
 2. Kepuasan karena terpenuhinya motivasi diversif
 - a. Mempermudah mendapatkan hiburan
 - b. Mempermudah mencurahkan perasaan atau emosi
 - c. Mempermudah melepaskan diri dari permasalahan
 - d. Mempermudah dalam ngobrol atau chatting dengan teman
 - e. Mempermudah menghilangkan kebosanan
 3. Kepuasan karena terpenuhinya motivasi identitas personal
 - a. Dapat menampilkan profil secara lengkap (tanggal lahir, email, sekolah, hobi, asal, dan lain-lain)
 - b. Dapat memperbaharui status
 - c. Dapat berbagi hasil karya yang dibuat dengan teman.
 - d. Dapat menampilkan foto-foto pribadi

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan eksperimental. Mereka menyebut metode yang “melulu” deskriptif sebagai penelitian survey (Isaac dan Michael, 1981:46) atau penelitian observasional (Wood, 1997:29)

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Berikut ini akan diuraikan Motif Penggunaan Jejaring “Media Sosial” Pada Kalangan Pelajar Siswa SMA Negeri 5 Samarinda. Peneliti akan melakukan analisis pembahasan menurut teknis analisis data yang digunakan, dengan berdasarkan pada observasi dan hasil penelitian yang telah dipaparkan di sub bab sebelumnya.

Data siswa, berdasarkan dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa data siswa yang menjadi responden yang menggunakan jejaring “Media Sosial” adalah sebanyak 195 orang responden.

Motif Penggunaan, berdasarkan hasil penelitian dan jumlah responden yang menggunakan jejaring “Media Sosial” terdapat indikator yang digunakan penulis dalam penelitian ini, yaitu :Frekuensi penggunaan “Media Sosial” untuk mengetahui seberapa sering responden menggunakan jejaring “Media Sosial” yaitu setiap hari. Hal ini terlihat dari hasil jawaban responden yang setuju untuk selalu menggunakan jejaring “Media Sosial” disetiap harinya yakni sebesar 55%. Hal ini membuktikan bahwa responden yang menggunakan jejaring “Media Sosial” sangat aktif dan mampu mengembangkan untuk meningkatkan keingin tahaan dalam mencari berita atau informasi yang ada di jejaring “Media Sosial”.

Jenis “Media Sosial” yang di gunakan bermacam-macam seperti, Facebook, Twitter, Path, Google+ dan Instagram. Jenis media ini pun saat ini sedang populer sekolah yang menggunakan jejaring “Media Sosial” tersebut. Media sosial ini sebagai pelengkap kebutuhan mereka disaat mereka selesai beraktivitas atau d luar dari jam pelajaran.

Penggunaan Media Sosial

Dalam penggunaan media social tidak terlepas juga dari penggunaan internet. Menurut Horrigan (2000), terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna internet.

Pengertian Media Sosial

Andreas Kaplansan Michael Haenlein menyatakan bahwa media sosial adalah seperangkat aplikasi yang berjalan dalam jaringan internet dan memiliki tujuan dasar ideologi serta penggunaan teknologi web 2.0 yang dapat berfungsi untuk saling tukar menukar konten. Pernyataan tersebut merupakan pengertian media sosial menurut ahli yang banyak dijadikan rujukan para pengguna internet.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada penyajian data, analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan pada hasil penelitian yang sudah penulis paparkan pada sub-sub maka dapat disimpulkan bahwa 89% siswa yang menggunakan jejaring media sosial. Dalam artian karena responden lebih banyak menggunakan “Media Sosial” terlihat dari jumlah seringnya responden mengakses situs jejaring “Media Sosial” dengan rutin dan dengan durasi waktu yang mereka tentukan.
2. Melalui beberapa uji teori komunikasi yang penulis gunakan dalam penelitian yaitu diantaranya, pendekatan teori *Uses and Gratifications Theory* sebagai pendukung penelitian ini yang telah teruji bahwa media sosial dapat memberikan efek yang kuat kepada audiencenya melalui seringnya mengakses jejaring media sosial yang disuguhkan apalagi mrngingat bahwa media sosial memiliki fitur-fitur yang mudah untuk diakses yang secara bebas memberikan pengaruh bagi responden yang menggunakannya secara terus menerus setiap harinya baik itu efek negatif ataupun efek positif.
3. Dilihat dari tingginya kecendrungan siswa SMA Negeri 5 Samarinda yang mnengakses jejaring media sosial dipengaruhi oleh adanya sesuatu pemenuhan kebutuhan sebagai penghibur diri mereka yang setiap hari mengakses jejaring media sosial. Hal ini terlihat dari besarnya responden menggunakan jejaring “*Media Sosial*”.

Saran

Berdasarkan peelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti member saran sebagai berikut :

1. Diharapkan agar anak-anak/siswa Sma Negeri 5 Ssamarinda dapat lebih berhati-hati menggunakan jejaring media sosial agar dapat membawa pengaruh yang positif pada diri untuk dapat dijadikan pelajaran dan pengalaman hidup dan diharapkan responden dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya agar ketika mengakses jejaring media sosial tidak mengganggu aktivitas belajar ataupun hingga mengabaikan orang lain terutama keluarga hanya untuk mengakses jejaring media sosial.
2. Kepada Bapak Zainudin Rifai selaku wakil kepala sekolah untuk melarang siswa/siswinya menggunakan jejaring media sosial pada saat jam pelajaran atau pada saat masih di lingkungan sekolah agar para siswa tidak melanggar kedisiplin dalam menaati peraturan sekolah, dan agar mereka selalu tertib dan

tidak menggunakan jejaring media sosial di dalam sekolah maupun pada saat jam pelajaran karena sangat mengganggu aktivitas belajar mereka. Sebaiknya arahkan mereka ke arah yang positif dan mengajarkan ke hal-hal yang berguna untuk memajukan nama sekolah SMA Negeri 5 Samarinda agar nama baik sekolah selalu tetap terjaga.

3. Bagi orang tua siswa SMA Negeri 5 Samarinda, hendaknya selalu mengawasi dan memperhatikan anak-anaknya agar tidak salah dalam menggunakan jejaring media sosial karena media sosial sifatnya bebas dan bisa terjerumus ke hal-hal yang negatif bagi yang menggunakannya baik di lingkungan rumah dan mengingatkan kepada anak-anaknya untuk bisa membagi waktu antara belajar dan mengakses jejaring media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rahman Zainuddin. 2006. *Sejarah Sosial Media*. Edisi: (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 2006.
- Anton M. Meliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta: 1990
- Buente, Wayne dan Alice Robbin. 2008. *Trends in Internet Information Behavior: 2000-2004* “.
- Bagong Suyanto & Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Dwi Priyatno, *Pertemanan Twitter* . (Yogyakarta: Gava Medika, 2010)
- Dr. Muhammad Idrus. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Uchjana Onong, 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarva.
- Effendy, Uchjana Onong, 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Mandar MAju, PT Ghalia Indonesia.
- Kriyanto, Rachmat 2007. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenanda Media Grup. Bandung.
- KANISIUS (ANGGOTA IKAPI), 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Kanisius. Yogyakarta.
- Mulyana, Deddy, 2001. *Ilmu Komunikasi. Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya. Pribadi Mandiri, Rakasta Samast, Jakarta.

SUMBER LAIN :

- http://www.mediabistro.com/alltwitter/history-social-media_b12770. Di akses pada hari Rabu, 05 Februari 2014, pada pukul 12: 40 wita.
- <http://contohpengertian.com/pengertian-informasi/> diakses pada hari senin, 22 September 2014, pukul 12 : 00 wita.
- <http://belajarpsikologi.com/pengertian-interaksi-sosial/> hari senin, 22 September 2014, pukul 12 : 00 wita.