

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS RIAU

Oleh :

Muhammad Hanafi

Email: mhdhanafi71@gmail.com

Pembimbing : Dr. Yasir, M.Si

Jurusan Ilmu komunikasi - Konsentrasi Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya jl. H.R soebrantas Km. 12,5 simp.
Baru Pekanbaru 28293 – Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak

Banyak situs jejaring sosial yang dapat menjadi tempat berbagi informasi dan dengan fitur yang menarik selain itu juga dapat menjadi ajang mendapatkan teman yang banyak hingga sampai kepada mencari jodoh. Situs internet tersebut seperti *Twitter*, *Friendster*, *Hi5*, *Myspace*, *You Tube*, *Blogger* dan masih banyak lagi. *Facebook* adalah salah satu website jaringan sosial yang sekarang sedang meningkat popularitasnya dan jumlah anggotanya meningkat tajam dalam waktu yang singkat.

Tugas utama mahasiswa adalah belajar dan menuntut ilmu, karena masa remaja adalah masa-masa transisi yang ingin sekali diperhatikan, *facebook* adalah sebuah website yang dapat membuat para remaja ini lebih ekspresif menonjolkan dirinya, keinginannya, dan profilnya. Dengan demikian para mahasiswa ini akan terus menerus bermain *facebook* sehingga pekerjaan rumahnya terganggu dan membuat waktu tersita dengan banyak dengan bermain situs tersebut.

Konsep teori yang peneliti gunakan adalah model komunikasi Stimulus – Respon. Untuk mengetahui stimulus yang ditimbulkan dari sebuah promosi efektif, diperlukan pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menerima, mempertimbangkan informasi dan mengambil keputusan dalam membeli produk yang ditawarkan

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Untuk mengukur kekuatan antara dua variabel, yaitu media sosial *facebook* sebagai variabel independen dan motivasi belajar mahasiswa sebagai variabel dependen, digunakan *simple regression* atau sering juga disebut regresi sederhana.

Dari hasil Uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk variable Media sosial *facebook* sebesar 3,900 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984), dan P_{Value} sebesar $0,000 < 0,05$,) maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Media sosial *facebook* mempengaruhi Motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau.

Kata Kunci: *Media Sosial dan Motivasi Belajar*

INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA FACEBOOK MOTIVATION OF STUDENT LEARNING FISIP RIAU UNIVERSITY

By :MUHAMMAD HANAFL

Supervisor: Suyanto, S.Sos, M.Sc

Abstract

Many social networking sites can be a place to share information and with interesting features but it also can become a means of getting a lot of friends to arrive to find a mate. Internet sites such as Twitter, Friendster, Hi5, Myspace, YouTube, Blogger and many more. Facebook is a social networking website that is now increasing in popularity and the number of members increased sharply in a short time.

The main task of the student is learning and studying, because adolescence is a time of transition that is eager to note, facebook is a website that can make teens more expressive highlight himself, his desire, and profile. Thus these students will continue to play facebook that disturbed his homework and make the time taken up by a lot by playing these sites.

The concept of the theory that the researchers use a communication model Stimulus - Response. To determine the stimulus arising from a sale effectively, required knowledge of the factors that influence a person to receive, consider the information and make a decision to buy the products offered

This research is a quantitative research. To measure the force between two variables, namely social media facebook as an independent variable and learning motivation of students as the dependent variable, used simple regression, or often called simple regression.

From t test results obtained value for the variable t-test Social Media facebook 3.900 (greater than ttable 1.984), and pvalue of 0.000 <0.05), the results of this study indicate that social media facebook affect student learning motivation FISIP Riau University ,

Keywords: Social Media and Motivation

PENDAHULUAN

Banyak situs jejaring sosial yang dapat menjadi tempat berbagi informasi dan dengan fitur yang menarik selain itu juga dapat menjadi ajang mendapatkan teman yang banyak hingga sampai kepada mencari jodoh. Situs internet tersebut seperti *Twitter*, *Friendster*, *Hi5*, *Myspace*, *You Tube*, *Blogger* dan masih banyak lagi. *Facebook* adalah salah satu website jaringan sosial yang sekarang sedang meningkat popularitasnya dan jumlah anggotanya meningkat tajam dalam waktu yang singkat.

Setiap tahun, pengguna Facebook selalu mengalami peningkatan dan khusus untuk kuartal pertama tahun 2016 ini, pengguna Facebook sudah mencapai 1,59 miliar orang. Mark Zuckerberg secara langsung menginformasikan hal ini melalui akun resminya bahwa mereka telah memperbarui data jumlah pengguna Facebook di seluruh dunia. (Sumber :<http://www.inddit.com>, April 2016)

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Dibandingkan *website* sejenis, *facebook* memberikan fasilitas yang lengkap seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (*chat*), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan, jaringan.

Dalam *Press Roomfacebook*, terdapat statistik resmi perkembangan terakhir jumlah pengguna *facebook* dari waktu ke waktu. Seperti ditulis dalam situs *Facebook*, Mark Zuckerberg, pengguna aktif *facebook* saat ini mencapai 300 juta orang. Dan jumlah ini akan terus bertambah tiap harinya. Sebelumnya, pada bulan Juli, *California Startup Company* mencatat bahwa pengguna *facebook* mencapai 250 juta orang. Artinya hanya dalam kurun waktu 2 bulan terakhir *facebook* mampu menjaring 50 juta pengguna baru di seluruh

dunia. Dan artinya tiap hari ada sekitar 800.000 pengguna baru.

Di Indonesia sendiri, pengguna *facebook* setiap harinya juga bertambah. Menurut data bulan November Tahun 2015, jumlah pengguna *facebook* di Indonesia adalah 79.000.000. Jumlah ini meningkat sebesar 2997.3% dalam kurun 1 tahun terakhir dan 624.3% dalam 6 bulan terakhir. Jumlah ini adalah jumlah yang fantastis, dan dapat dipastikan bulan September ini jumlahnya akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya pengguna *Facebook* di seluruh dunia. (Sumber: <https://id.techinasia.com/daftar-fakta-facebook-indonesia>, 2016)

Dikalangan remaja, *facebook* sangat diminati, terlihat dari antusias mereka yang sangat sering menggunakan jaringan sosial ini untuk berkomunikasi dengan teman-teman mereka. Bahkan terkadang sampai ada yang lupa waktu jika telah bermain dengan jaringan sosial yang satu ini. Hal ini tentu saja dapat berdampak pada diri remaja tersebut. Misalnya saja bagi mereka yang lupa waktu jika sudah kecanduan *facebook*, hal ini tentu saja dapat membuang waktu mereka. Waktu yang seharusnya digunakan untuk belajar, malah digunakan untuk bermain di dunia maya ini secara langsung hal ini akan mengakibatkan penurunan prestasi yang dimiliki remaja tersebut (Arifin, 2009:9)

Facebook mempunyai dampak positif dan tentu mempunyai dampak negatif. Menurut pendapat Jallei (2009) terdapat 6 pengaruh positif akibat penggunaan *facebook* yaitu: mengetahui potensi diri, media promosi, sarana diskusi, sebagai alat promosi, dapat berinteraksi dengan teman secara mudah, mempererat silaturahmi dengan teman, agar jaringan kita luas, dengan *facebook* dapat bertukar pikiran dengan sangat mudah, pertukaran informasi difasilitasi dengan sangat bagus.

Ellison, NB, Steinfield, C, & Lampe, C. (2007:77) mengatakan bahwa hubungan yang kuat antara penggunaan *facebook* dengan kampus menunjukkan

facebook dapat membantu menjaga hubungan antara mahasiswa dengan komunitas lainnya.

Sedangkan menurut Gen dalam Chairunissa (2010:39) dampak buruk *facebook* tampak terasa pada remaja, pelajar, dan anak-anak. Dampak negatif *facebook* semakin hari semakin terasa, meskipun para pengguna *facebook* banyak yang tidak menyadari akan pengaruh negatif antara lain:

Pertama, Tidak peduli dengan sekitarnya. Orang yang sudah ‘kecanduan’ *facebook* terlalu ‘asyik’ dengan dunianya sendiri (dunia yang diciptakannya) sehingga tidak peduli dengan orang lain dan lingkungan di sekitarnya. Seseorang yang telah ‘kecanduan’ *facebook* sering mengalami hal ini, dunianya berubah menjadi dunia *facebook*. *Kedua*, Kurangnya sosialisasi dengan lingkungan. Ini dampak dari terlalu sering dan terlalu lama bermain *facebook*. Ini cukup mengkhawatirkan bagi perkembangan kehidupan sosial si anak. Mereka yang seharusnya belajar sosialisasi dengan lingkungan justru lebih banyak menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya bersama teman-teman *facebook*-nya yang rata-rata membahas sesuatu yang tidak penting. Akibatnya, kemampuan verbal mahasiswa menurun. *Ketiga*, Menghamburkan uang. Akses internet untuk membuka *facebook* jelas berpengaruh terhadap kondisi keuangan. Dan biaya internet di Indonesia yang cenderung masih mahal bila dibanding negara-negara lain. *Keempat*, Mengganggu kesehatan. Terlalu banyak duduk di depan monitor tanpa melakukan kegiatan apapun, tidak pernah olah raga sangat beresiko bagi kesehatan. Penyakit akan mudah datang, terlambat makan dan tidur tidak teratur. *Kelima*, Berkurangnya waktu belajar. Terlalu lama bermain *facebook* akan mengurangi jatah waktu belajar mahasiswa sebagai pelajar. Bahkan ada beberapa yang masih “asyik” bermain *facebook* saat di kampus. *Ketujuh*, Kurangnya perhatian untuk

keluarga. Keluarga di rumah adalah nomor satu. Slogan tersebut tidak lagi berlaku bagi para pengguna *facebook*. *Kedelapan*, Penipuan. Seperti media media lainnya, *facebook* juga rawan terhadap penipuan. Apalagi bagi anak-anak yang kurang mengerti tentang seluk-beluk dunia internet. Bagi sipenipu sendiri, kondisi dunia maya yang serba anonim jelas sangat menguntungkan.

Sebuah penelitian terbaru dari Aryn Karpinski (2007), peneliti dari Ohio State University, menunjukkan bahwa para mahasiswa pengguna *facebook* ternyata mempunyai nilai yang lebih rendah daripada para mahasiswa non pengguna *facebook*. Dari 219 mahasiswa yang diteliti, 148 mahasiswa pengguna *facebook* memiliki nilai yang lebih rendah daripada mahasiswa non pengguna *facebook*. Para peneliti memberikan kueisoner seputar tingkat belajar dan aktivitas internet terutama kebiasaan menggunakan *facebook*. Hasilnya, mereka mendapatkan bahwa 68% mahasiswa yang menggunakan *facebook* secara signifikan memiliki IPK lebih rendah dibandingkan yang tidak mau terlibat menggunakan situs tersebut. Diduga *facebook* telah menyebabkan waktu belajar para mahasiswa tersita menjelajahi situs jejaring sosial yang tengah populer ini. (PNAS (*Proceedings of the National Academy of Sciences*, Aryn Karpinski 2007).

Kemudian Chairunnisa (2010) meneliti dengan judul Hubungan intensitas mengakses *facebook* dengan motivasi belajar siswa MAN 13 Jakarta. Penelitian kuantitatif dengan studi korelasional ini masuk ke dalam fase perkembangan remaja yaitu padarentang usia 15-18 tahun. Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji korelasi Pearson didapatkan nilai r hitung sebesar 0.266 dengan p value sebesar 0.017. Sementara nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% dengan N 81 adalah sebesar 0.220. Karena nilai r hitung yang didapat (0.266) > r tabel (0.220) (p value < 0.05), maka hipotesis nihil (H_0) yang

menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan negatif yang signifikan antara Intensitas Mengakses *Facebook* dengan Motivasi Belajar ditolak. Dengan demikian hipotesis alternatif (H1) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara Intensitas Mengakses *Facebook* dengan Motivasi Belajar mahasiswa MAN 13 Jakarta diterima.

Motivasi sangat berhubungan dengan prestasi mahasiswa remaja yang duduk di bangku sekolah maupun kuliah karena motivasi yang berhubungan dengan kebutuhan, motif dan tujuan sangat mempengaruhi kegiatan dan hasil belajar. Motivasi penting bagi proses belajar karena menggerakkan organisme, mengarahkan tindakan, serta memiliki tujuan belajar yang paling berguna bagi kehidupan individu. Dalam proses belajar mengajar, motivasi diartikan sebagai dorongan untuk bertindak untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Hasil dari dorongan dan gerakan ini diwujudkan dalam bentuk perilaku (Notoatmodjo, 2003:45).

Sardiman (2000:19), menyatakan beberapa pendapat tentang motivasi belajar antara lain: motivasi belajar merupakan faktor psikis yang bersifat non intelektual. Peranan motivasi yang khas adalah dalam hal penumbuhan gairah, merasa senang dan semangat untuk belajar.

[Andreas Kaplan](#) dan [Michael Haenlein](#) (2010:20) mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*

Tugas utama mahasiswa adalah belajar dan menuntut ilmu, karena masa remaja adalah masa-masa transisi yang ingin sekali diperhatikan, *facebook* adalah sebuah website yang dapat membuat para remaja ini lebih ekspresif menonjolkan dirinya, keinginannya, dan profilnya. Dengan demikian para mahasiswa ini akan terus menerus bermain *facebook* sehingga pekerjaan rumahnya terganggu dan

membuat waktu tersita dengan banyak dengan bermain situs tersebut.

Dari hasil latar belakang yang telah diuraikan di atas mengenai bagaimana dampak yang sangat buruk *facebook* dan juga dari penelitian yang telah dilakukan oleh Aryn Karpinski peneliti dari Universitas Ohio yang telah ada sebelumnya hanya membahas mengenai masalah perbandingan prestasi remaja mahasiswa di Ohio yang mengakses *facebook*, untuk itu penulis bermaksud meneliti dari segi dampak buruk mengakses *facebook* pada motivasi belajar mahasiswa yang akan diuji secara empirik melalui sebuah penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bias dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa.

Kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bias dilihat dalam kategori aksi sosial dan relasi sosial.

Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan teori-teori sosial yang memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial.

Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Rulli Nasrullah, 2015:13)

Media Sosial Facebook

Facebook adalah situs jejaring sosial (*social networking*) atau disebut juga layanan jaringan sosial secara online, yang memungkinkan penggunaanya saling berinteraksi dan berbagi informasi di seluruh dunia (Arifin, 2009:30).

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya (Saputra, 2004)

Facebook atau disingkat FB adalah sebuah situs website jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang Mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley High School (Geisha, 2010:35).

Dari definisi yang telah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *facebook* adalah suatu situs jejaring sosial/*networking* yang memungkinkan penggunaanya dapat berinteraksi sosial di seluruh dunia.

Menurut Horrigan (2000:25), 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 (dalam Michell: 2002:25) menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori dengan berdasarkan intensitas internet yang digunakan:

- 1) Heavy users (lebih dari 40 jam per bulan).
- 2) Medium users (antara 10 sampai 40 jam per bulan)

- 3) Light users (kurang dari 10 jam per bulan)

Motivasi Belajar

Pengertian Motivasi Belajar

Motivasi dalam kegiatan belajar dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak di dalam diri seseorang yang menimbulkan kegiatan belajar, yang menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar dan yang menimbulkan arah pada kegiatan belajar, sehingga tujuan yang dikehendaki oleh individu dapat tercapai (Winkel, 2007:15).

Sardiman (2005:41), menyatakan beberapa pendapat tentang motivasi belajar antara lain: motivasi belajar merupakan faktor psikis yang bersifat non intelektual. Peranan motivasi yang khas adalah dalam hal penumbuhan gairah, merasa senang dan semangat untuk belajar. Seseorang yang memiliki motivasi kuat akan mempunyai banyak energi untuk belajar. Hal ini menunjukkan bahwa anak yang memiliki motivasi belajar akan dapat meluangkan waktu belajar lebih banyak dan lebih tekun daripada mereka yang kurang memiliki atau sama sekali tidak mempunyai motivasi belajar. Anak akan terdorong dan tergerak untuk memulai aktivitas atas kemauannya sendiri, menyelesaikan tugas tepat waktu dan gigih serta tidak putus asa saat menjumpai kesulitan dalam menjalankan tugas jika anak tersebut mempunyai motivasi dalam belajar.

Motivasi belajar adalah suatu dorongan yang ada pada seseorang sehubungan dengan prestasi yaitu menguasai, memanipulasi dan mengatur lingkungan sosial maupun fisik, mengatasi rintangan dan memelihara kualitas belajar serta bersaing melalui usaha untuk melebihi perbuatannya yang lalu dan mengungguli perbuatan orang lain.

Selanjutnya Prayitno (2009:19) menjelaskan bahwa motivasi belajar tidak hanya sebagai energi yang mengarahkan anak untuk belajar, tetapi juga suatu energi yang mengarahkan aktivitas mahasiswa kepada tujuan belajar yang diharapkan.

Dari beberapa penjabaran definisi motivasi dan belajar maka dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar adalah daya penggerak individu untuk melakukan kegiatan belajar dan menambah pengetahuan dan juga pengalaman pada diri seseorang.

Aspek-aspek motivasi belajar

Aspek-aspek Motivasi Belajar Menurut Frandsen dalam Sardiman (2005:49), ada beberapa aspek yang memotivasi belajar seseorang, yaitu:

1. Adanya sifat ingin tahu dan ingin menyelidiki dunia yang lebih luas. Sifat ingin tahu mendorong seseorang untuk belajar, sehingga setelah mereka mengetahui segala hal yang sebelumnya tidak diketahui maka akan menimbulkan kepuasan tersendiri pada dirinya.
2. Adanya sifat yang kreatif yang ada pada manusia dan keinginan untuk selalu maju. Manusia terus menerus menciptakan sesuatu yang baru karena adanya dorongan untuk lebih maju dan lebih baik dalam kehidupannya.
3. Adanya keinginan untuk mendapatkansimpati dari orang tua, guru dan teman-teman. Jika seseorang mendapatkan hasil yang baik dalam belajar, maka orang-orang disekelilingnya akan memberikan penghargaan berupa pujian, hadiah dan bentuk-bentuk rasa simpati yang lain.
4. Adanya keinginan untuk memperbaiki kegagalan yang lalu dengan usaha yang baru, baik dengan kooperasi maupun dengan kompetisi. Suatu kegagalan dapat menjadikan seseorang merasa kecewa dan depresi atau sebaliknya dapat menimbulkan motivasi baru agar berusaha lebih baik lagi. Usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik tersebut dapat diwujudkan dengan kerjasama bersama orang lain (kooperasi),

ataupun bersaing dengan orang lain (kompetisi).

5. Adanya keinginan untuk mendapatkan rasa aman bila menguasai pelajaran. Apabila seseorang menguasai pelajaran dengan baik, maka orang tersebut tidak akan merasa khawatir bila menghadapi ujian, pertanyaan-pertanyaan dari guru dan lain-lain karena merasa yakin akan dapat menghadapinya dengan baik. Hal inilah yang menimbulkan rasa aman pada individu.
6. Adanya ganjaran atau hukuman sebagai akhir daripada belajar. Suatu perbuatan yang dilakukan dengan baik pasti akan mendapatkan ganjaran yang baik, dan sebaliknya, bila dilakukan kurang sungguh-sungguh maka hasilnya pun kurang baik bahkan mungkin berupa hukuman.

Aspek-aspek motivasi belajar menurut Uno (2008:45), yaitu dapat diklasifikasikan sebagai berikut: Adanya hasrat dan keinginan berhasil, adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar, adanya kegiatan yang menarik dalam belajar, adanya penghargaan dalam belajar, adanya kegiatan yang menarik dalam belajar, adanya lingkungan belajar yang kondusif.

Wasty Soemanto (2003:33) berpendapat bahwa “motivasi bertalian dengan 2 hal yang sekaligus merupakan aspek – aspek dari motivasi. Kedua hal tersebut ialah : “ keadaan yang mendorong tingkah laku, tingkah laku tersebut (*goals or end of such behavior*).”

Selanjutnya Sardiman (2005:49) mengemukakan ada beberapa aspek motivasi, yaitu:

1. Mendorong seseorang untuk berbuat, dalam hal ini sebagai penggerak yang melepaskan energi. Motivasi dalam hal ini merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan.

2. Menentukan arah perbuatan, yakni arah tujuan yang hendak dicapai. Dengan demikian motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.
3. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan tersebut.

Dari berbagai aspek motivasi belajar yang kemukakan oleh beberapa tokoh diatas teori utama yang dipakai dalam penelitian ini adalah aspek motivasi belajar yang dikemukakan oleh Frandsen dalam Sardiman (2005:52) yaitu adanya sifat ingin tahu dan ingin menyelidiki dunia yang lebih luas, adanya sifat yang kreatif yang ada pada manusia dan keinginan untuk selalu maju, adanya keinginan untuk mendapatkan simpati dari orang tua, guru dan teman-teman, adanya keinginan untuk memperbaiki kegagalan yang lalu dengan usaha yang baru, baik dengan kooperasi maupun dengan kompetisi, adanya keinginan untuk mendapatkan rasa aman bila menguasai pelajaran, adanya ganjaran atau hukuman sebagai akhir daripada belajar. Aspek-aspek ini pulalah yang dijadikan dasar untuk membuat alat ukur dalam penelitian ini. Adapun alasan penggunaan teori Frandsen yang digunakan adalah karena aspek motivasi belajar yang dikemukakan oleh Frandsen dalam Sardiman (2005:55) dapat mencakup aspek-aspek yang dikemukakan oleh Wasty Soemanto (2003), , Sardiman (2005) dan Uno (2008).

Menurut Sardiman (2005:61) Indikator yang sama tersebut adalah dan keadaan yang mendorong tingkah laku, tingkah laku tersebut (*goals or end of such behavior*). Adanya hasrat dan keinginan berhasil, adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar, adanya kegiatan yang menarik dalam belajar, adanya penghargaan dalam belajar, adanya kegiatan yang menarik dalam belajar,

adanya lingkungan belajar yang kondusif pada teori Uno (2008).

Stimulus – Response

Model komunikasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah model komunikasi Stimulus – Respon. Menurut Jurnal Management Pemasaran, Vol 2 No. 2 (2007; 73) untuk mengetahui stimulus yang ditimbulkan dari sebuah promosi efektif, diperlukan pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menerima, mempertimbangkan informasi dan mengambil keputusan dalam membeli produk yang ditawarkan.

Dari model sederhana yang digambarkan di atas, dapat dilihat bahwa stimulus eksternal menghasilkan respon dari benak konsumen. Stimulus diterima oleh konsumen, pihak yang terekspos oleh stimulus tersebut, kemudian konsumen akan merangsang hasil stimulus yang diterimanya.

Stimulus menurut (Arens, Schaefer, Weigold, 2009; 130) mengungkapkan bahwa stimulus merupakan informasi-informasi yang kita terima secara fisik lewat panca indra kita. Saat kita melihat sebuah objek atau pesan atau apapun yang dapat diterima oleh panca indra kita, kita menerima berbagai macam stimulus.

Berdasarkan model Stimulus – Respon di atas, stimulus yang diterima tersebut, kemudian mendorong kita untuk memberikan respon. Sedangkan Respon menurut (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193); *“How individuals react to a drive or cue – how they behave – constitute their response a need or motive may evoke a whole variety of response”*

Berdasarkan kutipan di atas, respon merupakan suatu bentuk reaksi yang diberikan individu terhadap dorongan yang ada dirinya, bagaimana mereka berperilaku. Perilaku yang ditunjukkan oleh individu sebagai konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menentukan suatu

produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kenutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193).

III METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. Waktu penelitian diperkirakan dari Februari 2016 sampai dengan Mei 2016

Jenis dan Sumber data

Dalam penelitian ini, jenis dan sumber data yang diperlukan meliputi :

- a. Data primer, yaitu data yang penulis peroleh melalui riset lapangan dengan mengadakan penelitian langsung kepada perusahaan yang menjadi objek penelitian guna mendapatkan sejumlah informasi dan keterangan yang dibutuhkan, data primer ini berupa wawancara langsung Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. Data primer ini dapat juga berupa kuisisioner pada sumber yang dapat diharapkan jawabannya serta membantu penulis dalam penelitiannya.
- b. Data sekunder, yaitu data yang penulis peroleh dari perusahaan tentang jumlah mahasiswa, dan dari berbagai sumber yang ada kaitannya dengan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau.
- c. Studi Pustaka, yang dilakukan melalui literatur-literatur yang berhubungan dengan judul penelitian ini, untuk mendapat informasi-informasi yang akurat dalam penyusunan teori-teori yang didapat baik secara luas maupun detailnya yang berhubungan dengan pembahasan. Dari hasil studi pustaka ini akan diperoleh data yang akan diolah dan

dijadikan bahan atau referensi didalam pembahasan nantinya.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Rochaety (2009:63)Populasi adalah sekelompok orang, Kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai kasteristik tertentu. Pendapat lain menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan unit analisis / hasil pengukuran yang dibatasi oleh suatu kreteria tertentu ”Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau pada angkatan tahun 2013 yang berjumlah 1305 orang.

b. Sampel

Oleh karena sampel yang relative sedikit, maka metode pengambilan sampel adalah *quotasampling*.Sampel merupakan sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 93 orang.

Analisis data

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.Untuk mengukur kekuatan antara dua variabel, yaitu media *socialfacebook* sebagai variabel independen dan motivasi belajar mahasiswa sebagai variabel dependen, digunakan *simple regression* atau sering juga disebut regresi sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Jawaban responden tentangmedia sosial facebookdengan jawaban rata-rata responden 3,55. Ini termasuk kategori

setuju. Artinya responden setuju terhadap anda sering menggunakan facebook saat berada di kampus, setujukah anda, jika anda membuat facebook karena teman-teman anda memiliki facebook, apakah anda setuju jika facebook adalah tempat untuk mencari hiburan anda, anda selalu membuat status saat menggunakan facebook, anda pernah menuliskan tentang ilmu pengetahuan di status facebook anda, anda sering menggunakan fitur chatting untuk berkomunikasi dengan orang yang dikenal atau tidak dikenal di facebook, anda selalu ingin mengetahui status terbaru di facebook, anda ingin mengetahui kabar terbaru teman anda melalui facebook, anda menggunakan facebook untuk mendapatkan berita terkini yang terjadi di lingkungan masyarakat dan anda sering mencurahkan perasaan/emosi di status facebook anda.

Jawaban responden tentang motivasi dengan kategori rata-rata jawaban sebesar 3.54, termasuk kategori setuju. Artinya responden setuju terhadap anda membuka facebook karena rasa ingin tau yang tinggi terhadap perkembangan teknologi, anda ingin selalu menjadi yang terdepan dalam hal perkembangan teknologi, khususnya media sosial, ingin mendapatkan simpati dari orang tua dan teman, adanya keinginan untuk memperbaiki kegagalan yang lalu dengan usaha yang baru, adanya keinginan untuk mendapatkan rasa aman bila menguasai pelajaran dan keinginan memperoleh ganjaran atau penghargaan sebagai akhir daripada belajar.

Pembahasan

Dari hasil Uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk variable Media sosial facebook sebesar 4,038 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984), dan P_{Value} sebesar $0,000 < 0,05$,) maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Media sosial facebook mempengaruhi Motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau.

Berdasarkan perhitungan nilai tersebut diatas diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.370, artinya ada hubungan yang kuat antara variabel Media sosial facebook terhadap Motivasi. Kemudian nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,137. Artinya bahwa variabel Media sosial facebook memberikan pengaruh sebesar 13.7% terhadap Motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau, sisanya sebesar 87.3% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.

IV. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diperoleh beberapa kesimpulan yang secara ringkas disajikan sebagai berikut :

- Dari hasil Uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk variable Media sosial facebook sebesar 3,900 (lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984), dan P_{Value} sebesar $0,000 < 0,05$,) maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Media sosial facebook mempengaruhi Motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau.
- Berdasarkan perhitungan nilai tersebut diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,137. Artinya bahwa variabel Media sosial facebook memberikan pengaruh sebesar 13.7% terhadap Motivasi belajar mahasiswa FISIP Universitas Riau, sisanya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.

Saran

- Diharapkan bagi Dosen di kampus agar dapat mengontrol mahasiswanya dalam mengakses facebook saat jam pelajaran di kampus, serta mengontrol fasilitas *on-line* yang telah tersedia di kampus, karena terbukti mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa

- b. Untuk penelitian ini hanya menggunakan variabel Media sosial facebook yang menjadi variabel independen, jadi disarankan untuk peneliti agar memperbanyak variabel penelitian, karena semakin banyak variabel independen semakin besar pula kesempatan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Motivasi, selain variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Hasnul. (2009). *Nongkrong Asyik di Internet Dengan Facebook*. Jakarta: Buku Kita
- Chairunnisa, 2010. *Hubungan Intensitas Mengakses facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa MAN 13 Jakarta*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Daly, Laura. Susan Sharko. (2010). *Motivating Students To Write Through The Use Of Children's Literature. An Action Research Project*. Saint Xavier University Master of Arts Teaching and Leadership Program Chicago, Illinois.
- Dichter, Ernest. (1971). *Motivating Human Behavior*. New York: McGRAW-HILL BOOK COMPANY.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar Edisi 2*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ellison, NB, Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> Manfaat dari Facebook "teman:" dan mahasiswa penggunaan online 'sosial jaringan Journal.
- Horrikan, J B. 2002. *New Internet Users: What They do Online, What They Don't and Implications for the Net's future*. 358 hlm.
- Jubilee Enterprise. 2015. *Pengenalan Pemrograman Komputer*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Karpinski, Aryn. C. Paul, A. Kirschner. (2007). *Journal Of Facebook and Academic Performance, Computers in Human Behavior*. Proceedings of the National Academies of Science (PNAS). Elsevier Science Publishers B. V. Amsterdam, The Netherlands
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Prayitno. 2009. *Bimbingan Dan Konseling Kelompok (Dasar Dan Profil)*. Jakarta : Balai Aksara.
- Santrock, John. W. (2004). *Educational Psychology 2nd EDITION*. University of Texas at Dallas: McGraw-Hill Company.
- Saputra, Angga. 2010. *Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas, Dan Experiential Marketing Terhadap Word Of Mouth Situs Jejaring Sosial Facebook Pada Mahasiswa Fe Undip Semarang*. Skripsi Universitas Diponegoro
- Sardiman, 2000. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : Rajawali Pers
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2005. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Schiffman, Leon.G. dan Kanuk, Leslie. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Indeks
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.

- Umar Husein, 2010, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Rajagrafindo Perada. Jakarta
- Winkel, W. S. 2006. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Winkel, W. S. 2007. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Woolfolk, Anita. 2009. *Educational Psychology Active Learning Edition*, Edisi Kesepuluh. Yogyakarta: Pustaka Pelajar