

**MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
(STUDI TENTANG FUNGSI MEDIA SOSIAL BAGI MAHASISWA FISIP UR)**

By

Sari Melati

E-mail : melatisari394@yahoo.co.id

Consultant : Prof. Dr. H. Yusmar Yusuf, M.Psi

**Department of Sociology Faculty of Social and Political Sciences
Riau University**

**Campus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas KM. 12.5 Simp. Baru Pekanbaru
Telp/Fax.0761-6377**

ABSTRACT

This study entitled University Students as Social Media Users (A Study on The Social Media Function for Students of Social and Political Sciences Faculty, Riau University). This study interested to conduct this topic because of the phenomenon of social media usage around the writer. Afterwards, this study wanted to find out what the most popular social media in Faculty of Social and Political Sciences, Riau University. It related to the reason in choosing the social media for university students. To find out the result of this study, the writer used data collect technique by using observation, and questionnaire. The way how the writer took the sample or respondent is quota sampling technique. In determining quota sampling as many as 10 people for each International Relationship, Public Administration, Bussiness Administration, and Tourism major. Then as many as 15 people for each Sciences of Government, Communication, and Sociology. So that, gets the total respondent was 85 people. The method used is descriptive quantitative. The result of this study showed that the most popular social media for university students of Faculty of Social and Political Sciences was instagram. Because they tended to keep abreast of the times and easier to use than other kind of social media. Whereas besides the function of social media was forming cybercommunity, for university students the function of social media was the source of information and entertain. The result of this study is expected to be able to provide and overview to all those who need information about University Students as Social Media Users.

Keywords : University Students, User, Social Media

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia adalah makhluk ciptaan Tuhan Yang Maha Esa dengan struktur dan fungsi yang sangat sempurna jika dibandingkan dengan makhluk tuhan lainnya. Manusia juga diciptakan sebagai makhluk yang memiliki akal pikiran serta kemampuan berinteraksi secara personal maupun sosial.

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antar kelompok manusia. Apabila dua orang bertemu, interaksi sosial dimulai pada saat itu. Mereka saling menegur, berjabat tangan, saling berbicara atau bahkan mungkin berkelahi. Aktivitas-aktivitas semacam itu merupakan bentuk-bentuk interaksi sosial. Walaupun orang-orang yang bertemu muka tersebut tidak saling berbicara atau tidak saling menukar tanda-tanda, interaksi sosial telah terjadi, karena masing-masing sadar akan adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan-perubahan dalam perasaan maupun syaraf orang-orang yang bersangkutan, yang disebabkan oleh misalnya bau keringat, minyak wangi, suara berjalan, dan sebagainya semuanya itu menimbulkan kesan didalam pikiran seseorang, yang kemudian menentukan tindakan apa yang akan dilakukannya (Soerjono Soekanto, 2009). Fokus interaksi dalam masyarakat adalah komunikasi itu sendiri. Sebagaimana dijelaskan oleh sosiologi bahwa komunikasi menjadi unsur terpenting dalam seluruh kehidupan manusia.

Pada era globalisasi seperti sekarang ini kebutuhan untuk berinteraksi menjadi semakin meningkat, Menurut Bungin, penemuan teknologi informasi (*internet*) yang berkembang secara massal, kemudian teknologi itu mengubah bentuk masyarakat, dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat dunia global. Perkembangan teknologi informasi tidak

saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadari manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*), (Bungin:2006:163-164).

Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Internet meleburkan batas-batas yang menghambat seseorang untuk berinteraksi. Menurut Anthony Giddens dengan adanya modernitas, hubungan ruang dan waktu terputus dan kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu fisik yang salah satunya melalui internet (*social networking*). Semakin berkembangnya penggunaan internet dan tingginya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan *social networking* atau media sosial menjadi sesuatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda.

Media sosial memiliki andil besar dalam mempermudah manusia untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Media sosial memicu banyak perubahan manusia dalam bersosialisasi. Hal ini sesuai dengan tujuan awal mengapa media sosial dibuat, yaitu memungkinkan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia untuk menjalin pertemanan baru, berbisnis, berpolitik, dan bahkan mencari pasangan hidup.

Media sosial tak hanya berguna sebagai media komunikasi saja, melainkan menjadi sumber informasi cepat, hal ini dapat kita lihat ketika informasi yang tersedia di media sosial jauh lebih cepat sampai dan menyebar ketimbang informasi dari media lainnya, tak jarang berita seperti bencana alam, berita kriminal, kecelakaan lalu lintas dan lain sebagainya yang belum tampil di layar televisi namun

sudah dapat lebih dulu diketahui oleh masyarakat melalui media sosial.

Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau menjadi sebuah fenomena yang menarik. Fenomena yang terlihat yaitu, kapan pun dan dimana pun berada, mahasiswa tidak pernah terlepas dari media sosialnya, baik dalam kegiatan sehari-hari di kampus, maupun di luar kampus. Dalam kegiatan sehari-hari di kampus sering ditemui mahasiswa yang malah asik dengan *smartphone* dan interaksi di media sosialnya saat sedang mengikuti kegiatan perkuliahan dengan dosen di kelas. Fenomena lain yang terlihat, yaitu saat jam kosong dan sedang berkumpul di kantin kampus seperti gerai misalnya, terlihat pemandangan sekelompok mahasiswa yang sedang duduk dalam satu meja, namun tak saling berinteraksi secara langsung, melainkan asik dengan *smartphone* dan media sosialnya masing-masing. Selain itu, ada mahasiswa yang bahkan rela meminjam *handphone* temannya hanya untuk *update* di media sosialnya. Hal-hal demikian menunjukkan bahwa mengakses media sosial telah menjadi kebiasaan yang sulit untuk ditinggalkan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk merumuskan permasalahan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Jenis media sosial manakah yang paling banyak diminati oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau?
- 2) Bagaimana fungsi media sosial bagi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari ?

Tujuan

- 1) Untuk mengetahui jenis media sosial yang diminati oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- 2) Untuk mengetahui fungsi media sosial bagi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari

Manfaat Penelitian

- 1) Sebagai sumber-sumber pemikiran dalam ilmu sosial khususnya sosiologi
- 2) Kegunaan bagi peneliti yaitu mengetahui lebih dalam tentang motivasi atau tujuan mahasiswa dalam menggunakan media sosial, serta fungsi media sosial itu sendiri bagi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga memberikan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk mempraktekkan berbagai teori sosiologi dalam bentuk nyata dan membandingkan dengan keadaan sebenarnya dilapangan
- 3) Penelitian ini juga berguna bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, khususnya bagi mahasiswa jurusan Sosiologi sebagai literatur atau untuk sumber tambahan dalam memperoleh informasi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama.

KONSEP TEORI

Minat

Hurlock (1990) dalam skripsi Afni Mariani (2014: 8) mengatakan minat memainkan peran penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Minat memang sangat berpengaruh pada diri seseorang. Dengan adanya minat seseorang akan melakukan sesuatu hal

yang kiranya akan menghasilkan sesuatu bagi diri seseorang tersebut. Sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh Slameto “*Minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan*”

Tindakan Sosial

Weber membagi tipe-tipe tindakan sosial salah satu diantaranya adalah :

1. Rasionalitas instrumental (*zweckrationalitat*) tingkat rasionalitas yang paling tinggi ini meliputi pertimbangan dan pilihan yang sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan alat yang dipergunakan untuk mencapainya. Individu dilihat memiliki macam-macam tujuan yang mungkin diinginkannya, dan atas dasar suatu kriterium menentukan satu pilihan di antara tujuan-tujuan yang saling bersaing ini. Individu itu lalu menilai alat yang mungkin dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang dipilih tadi. Dalam hal ini hubungannya dengan aktivitas media sosial yaitu dimana seseorang memilih media sosial sebagai alat untuk mencapai tujuannya. Dan pemilihan media sosial sebagai alat ini dilakukan atas dasar atau kriteria yang berhubungan dengan tujuannya tadi serta mempertimbangkan hambatan-hambatan atau konsekuensi yang harus diterima dari pilihannya tersebut.
2. Rasionalitas yang berorientasi nilai (*wertrationalitat*), Dibandingkan dengan rasionalitas instrumental, sifat rasionalitas yang berorientasi nilai yang penting adalah bahwa alat-alat hanya merupakan obyek pertimbangan dan perhitungan yang sadar, tujuan-tujuannya sudah ada dalam hubungannya dengan nilai-nilai individu yang bersifat

nonrasional dalam hal ini dimana seseorang tidak dapat memperhitungkannya secara obyektif mengenai tujuan-tujuan mana yang harus dipilih. Sehubungan dengan media sosial, misalnya tujuan individu menggunakan media sosial adalah sebagai bentuk kebanggaan terhadap diri sendiri karena bisa selalu *update* status di akun media sosialnya. Secara subyektif nilai dari rasa kebanggaan diri ini sudah tertanam dalam diri individu tersebut dan mereka menjadikan media sosial sebagai alat untuk memenuhi nilai tersebut.

3. Tindakan tradisional, tindakan tradisional merupakan tipe tindakan sosial yang bersifat nonrasional. Kalau seorang individu memperlihatkan perilaku karena kebiasaan, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan, perilaku seperti itu digolongkan sebagai tindakan tradisional. Individu itu akan membenarkan atau menjelaskan tindakan itu, kalau diminta, dengan hanya mengatakan bahwa dia selalu bertindak dengan cara seperti itu atau perilaku seperti itu merupakan kebiasaan baginya.
4. Tindakan Afektif, tipe tindakan ini ditandai oleh dominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan yang sadar. Seseorang yang sedang mengalami perasaan meluap-luap seperti cinta, kemarahan, ketakutan atau kegembiraan, dan secara spontan mengungkapkan perasaan itu tanpa refleksi, berarti sedang memperlihatkan tindakan afektif, dan tergolong tindakan yang tidak rasional karena kurangnya pertimbangan logis, ideologi, atau kriteria rasionalitas lainnya (Johnson, Doyle Paul, 1986).

Interaksi Sosial

Interaksi adalah kontak antara individu dengan individu yang lain, individu dengan kelompok, maupun kelompok yang satu dengan kelompok yang lain, sehingga tercipta komunikasi serta respon diantara keduanya (Soerjono Soekanto, 1990:67).

Bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial, karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial. Apabila dua orang bertemu, interaksi sosial dimulai saat itu. Mereka saling menegur, berjabat tangan, saling berbicara atau mungkin berkelahi. Aktivitas semacam itu merupakan bentuk-bentuk interaksi sosial. Walaupun orang-orang yang bertemu muka tersebut tidak saling berbicara atau tidak saling menukar tanda, interaksi sosial telah terjadi, karena masing-masing sadar akan adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan-perubahan dalam perasaan maupun syaraf orang-orang yang bersangkutan, yang disebabkan oleh misalnya bau keringat, minyak wangi, suara berjalan, dan sebagainya.

Adapun syarat terjadinya interaksi Sosial, yaitu :

1. Kontak Sosial
2. Komunikasi Sosial

Interaksi Simbolik

Menurut Blumer (George Ritzer, 1985:61) istilah Interaksi simbolik menunjukkan kepada sifat khas interaksi antar manusia. Kekhasannya adalah bahwa manusia saling menerjemahkan dan saling mendefinisikan tindakannya. Bukan hanya sekedar reaksi belaka dari tindakan seseorang terhadap orang lain. Tanggapan seseorang tidak dibuat secara langsung terhadap tindakan orang lain, tetapi didasarkan atas "makna" yang diberikan terhadap tindakan orang lain itu. Interaksi

antar individu, diatur oleh penggunaan simbol-simbol, interpretasi atau dengan saling berusaha untuk saling memahami maksud dari tindakan masing-masing. Sehingga dalam interaksi manusia itu bukan proses saat adanya stimulus secara otomatis dan langsung menimbulkan tanggapan atau respons. Tetapi antara stimulus yang diterima dan respon yang terjadi sesudahnya oleh berfikir yang diantaranya oleh aktor. Proses interpretasi adalah proses berfikir yang merupakan kemampuan yang dimiliki manusia. Proses interpretasi yang menjadi penengah antara stimulus dan respon menempati posisi kunci dalam teori interaksi simbolik.

Teori interaksi simbolik jika dikaitkan dengan penggunaan media sosial yaitu berhubungan dengan simbol-simbol yang terdapat di media sosial seperti teks, gambar, audio, video yang dapat mempengaruhi reaksi pengguna media sosial yang melihatnya, seperti misalnya tertawa, marah, sedih dan lain sebagainya yang menunjukkan adanya perubahan emosional pengguna media sosial setelah melihat simbol tersebut. Hal ini yang kemudian akan mempengaruhi perilaku pengguna media sosial sebagai respon yang ditimbulkan atas simbol tersebut

Ruang dan Waktu

Menurut Giddens, Dengan adanya modernitas, waktu distandardisasi dan keterkaitan ruang dan waktu terputus. Dalam pengertian ini, kandungan waktu dan ruang dikosongkan dan tidak ada waktu dan ruang yang diistimewakan. Dalam masyarakat pramodern, ruang terutama didefinisikan oleh kehadiran fisik dan dengan demikian oleh ruang lokal. Seiring dengan hadirnya modernitas, ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat. Hubungan dengan mereka yang secara fisik absen dan semakin jauh menjadi mungkin untuk diciptakan (George Ritzer 2009: 608).

Melalui internet, kita memasuki dan menemukan desa dunia. Melalui

internet, kita melakukan migrasi dari dunia nyata ke dunia maya. Jika dalam dunia nyata, waktu, jarak dan tempat merupakan sesuatu yang sangat penting, maka dalam dunia maya ketiga dimensi itu menjadi tidak penting dan tidak relevan. Dunia maya seolah tampil begitu perkasa karena telah mampu menghapus dimensi waktu, jarak dan tempat (Haris Sumadiri 2012: 237).

Media Sosial

Dikutip dari jurnal yang berjudul *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* (2007: 2). Media sosial adalah situs jaringan sosial seperti layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Jenis-jenis Media Sosial

Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial :

1. Proyek Kolaborasi (*collaborative projects*)
Dalam proyek kolaborasi, website memungkinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghilangkan konten-konten yang ada di website ini. Contohnya wikipedia.
2. Blog dan Microblog
Blog merupakan singkatan dari *web log* adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai *posting*) pada sebuah halaman web umum. Sedangkan

mikroblog adalah suatu bentuk kecil dari blog, jika pada blog pengguna dapat memposting tulisan tanpa batas karakter, pada mikroblog pengguna hanya dapat memposting tulisan kurang dari 200 karakter. Contoh dari mikroblog yang terkenal adalah *twitter*.

3. Konten (*content communities*)
Konten memungkinkan para penggunanya untuk saling meng-*share* konten-konten media seperti *video, e-book*, gambar, dan lain-lain. Contohnya *Youtube*.
4. Situs Jejaring Sosial (*social networking sites*)
merupakan sebuah *web* berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna. Contohnya *Facebook, Path, Myspace, Instagram*.
5. Dunia Virtual (*virtual world*)
Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar – avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia

nyata. contohnya *game online*.

Konsep Operasional

Konsep merupakan unsur pokok daripada penelitian. Penentuan dan pencirian konsep ini dianggap sangat penting agar persoalan-persoalan utamanya tidak menjadi kabur. Konsep yang terpilih perlu ditegaskan, agar tidak terjadi salah pengertian mengenai arti konsep tersebut. Tetapi, perlu diperhatikan, karena konsep merupakan hal yang abstrak, maka perlu diterjemahkan dalam kata-kata sedemikian rupa, sehingga dapat diukur secara empiris (Narbuko dan Achmadi, 2010).

Untuk menghindari penyimpangan dalam menafsirkan semua konsep yang ada, maka dalam penelitian ini ditentukan secara operasional variabel serta indikatornya, yaitu sebagai berikut :

1. Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ketertarikan responden terhadap salah satu jenis media sosial sehingga responden menggunakan media sosial tersebut.
2. Mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau pengguna media sosial.
3. Media sosial adalah situs jaringan sosial seperti layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem. Dalam penelitian ini media sosial yang dimaksud adalah berupa situs jejaring sosial yang sedang ramai digunakan oleh mahasiswa seperti *facebook, twitter, instagram, path, soundcloud* dan *blog*.

4. Fungsi media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu : fungsi secara umum, terhadap pembentukan masyarakat maya (*cybercommunity*), dan fungsi media sosial secara khusus yaitu di dalam kehidupan sehari-hari responden (mahasiswa).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kampus Bina Widya Panam, Univeritas Riau, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Jalan Hr. Soebrantas, KM. 12,5 Panam, Pekanbaru.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian baik berupa manusia, gejala, nilai, benda-benda atau peristiwa (Nasution, 2003). Yang menjadi objek didalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau yang menggunakan media sosial.

Berdasarkan pengamatan peneliti, mahasiswa pengguna media sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau relatif banyak. Mengingat keterbatasan kemampuan dari peneliti, berkaitan dengan biaya, waktu, dan tenaga, maka dilakukan pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah non-probabilitas dengan teknik *kuota sampling*, yaitu dengan menetapkan sampel kuota sebanyak 10 orang mahasiswa dari masing-masing

jurusan Hubungan Internasional, Administrasi Publik, Administrasi Bisnis dan Pariwisata (10 orang x 4 jurusan = 40 orang). Kemudian sebanyak 15 orang mahasiswa dari masing-masing jurusan Ilmu Pemerintahan, Komunikasi dan Sosiologi (15 orang x 3 jurusan = 45 orang). Sehingga diperoleh responden dalam penelitian ini sebanyak 85 orang.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh peneliti di lapangan untuk mengetahui kondisi di lokasi penelitian. Marshall (1995) menyatakan bahwa "*through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior*". Melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh orang responden. Dengan kuesioner peneliti dapat mengetahui keadaan atau data pribadi, serta dapat memperoleh data dari sumbernya secara langsung. Kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Jenis Data

Penelitian memerlukan data yang dapat membantu pengumpulan data lapangan. Data terbagi atas dua jenis, yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari responden yang berguna untuk menjawab permasalahan yang ada. Data ini diperoleh langsung dari lapangan dengan metode wawancara terstruktur

yaitu dengan menggunakan wawancara mendalam untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkannya. Data ini diperoleh melalui studi kepustakaan (*Library Research*) berupa buku – buku, literatur – literatur, laporan hasil penelitian, karya ilmiah, peraturan perundang – undangan, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Seluruh data terkumpul baik dari lapangan, pustaka, maka penulis mengolah data tersebut dengan metode analisis data Kuantitatif Deskriptif yaitu data dikelompokkan dalam kategori persamaan dan perbedaan dari jenis data – data tersebut, kemudian data itu dihubungkan antara satu dengan yang lainnya sehingga diperoleh gambaran yang utuh. Hasil dari gambaran informasi akan diinterpretasikan sesuai dari hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan dukungan teori yang berkaitan dengan objek penelitian.

Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Media sosial yang paling banyak diminati oleh mahasiswa Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik adalah jenis *instagram*, yang dibuktikan dengan sebanyak 37 orang responden (43,5%) dalam penelitian ini lebih memilih untuk menggunakan media sosial jenis *instagram* dengan alasan mengikuti perkembangan zaman. Peneliti juga menyimpulkan bahwa tidak adanya

hubungan antara jurusan responden dengan kecenderungan memilih jenis media sosial. Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian sebagian besar responden menyatakan bahwa alasan mereka lebih tertarik menggunakan jenis media sosial tersebut karena lebih mudah digunakan dan lebih menarik dibandingkan dengan jenis media sosial lainnya. Inilah alasan kenapa media sosial jenis *soundcloud* dan *blog* kurang diminati oleh responden.

2. Fungsi Media sosial dalam pembentukan masyarakat maya terlihat dalam interaksi yang dilakukan oleh responden di dunia maya. Hal ini dibuktikan dengan 41 orang responden (48,2%) menyatakan sering melakukan interaksi di dunia maya. Dan sebanyak 77 orang (90,6%) responden menyatakan pernah berinteraksi dengan lebih dari satu orang (diskusi) di dunia maya.
3. Dari hasil penelitian, dalam kehidupan sehari-hari responden, media sosial berfungsi sebagai sumber informasi dan media hiburan. Dibuktikan dengan sebanyak 85 orang (100%) responden menyatakan memperoleh informasi melalui media sosial, dan sebanyak 82 orang (96,5%) responden menyatakan media sosial memberikan mereka hiburan. Sedangkan dalam hal menambah teman, merupakan fungsi laten dari media sosial bagi responden, ditunjukkan dengan kurangnya ketertarikan responden dalam hal menggunakan media sosial sebagai media untuk memperbanyak teman. Hal ini terlihat dari besarnya frekuensi responden yang menyatakan jarang *add/follow* orang lain di media sosial dan tanggapan responden yang

menyatakan “biasa saja” saat *difollow/add* oleh orang lain.

Saran

Dari kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Responden, atau dalam hal ini mahasiswa seharusnya memilih media sosial yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka, terutama kebutuhan mereka sebagai mahasiswa, bukan hanya sekedar mengikuti perkembangan zaman dan melihat bentuk dari media sosialnya saja, tetapi lebih kepada kualitas dari media sosial tersebut.
2. Responden atau mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya dan juga seluruh pembaca, diharapkan dalam menerima informasi dari media sosial hendaknya informasi tersebut disaring terlebih dahulu. Hal ini dimaksudkan untuk meminimalisir dampak-dampak negatif yang mungkin ada dan berasal dari informasi yang tersedia di media sosial.
3. Responden, mahasiswa, dan pengguna media sosial lainnya agar kiranya dapat memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baiknya. Hindari berbagai jenis *posting-an* dan komentar-komentar yang dapat merugikan pihak lain, apalagi sampai melakukan tindakan melanggar hukum melalui aktivitas di media sosial yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana

- Djojjobroto, Darmanto. 2004. *Tradisi Kehidupan Akademik*. Yogyakarta: Galang Press
- Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- _____. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Johnson, Doyle Paul. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta : PT. Gramedia
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Oetama, Jakob. 2006. *Sejarah Media Sosial*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Priyono, Henry. 2003. *Anthony Giddens Suatu Pengantar*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ritzer, George, 2005. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta : Kreasi Wacana
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2009. *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2003. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- . 1978. *Perbedaan Antara Pemimpin dan Gerakan Aktivistis dalam Gerakan Protes Mahasiswa*. Jakarta: Bulan Bintang
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Soekanto, Soerjono. 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Straus, Anselm dan Juliet Corbin. 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumadiria, Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Sutaryo. 2005. *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran
- Wiley, John and Sons Inc. 2013. *Using Social Media for Global Security*. Canada
- Skripsi
- Afni Mariani, 2014. *Minat Mahasiswa Membaca (Studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.
- Dewi Lestari, 2012. *Pengaruh Internet Terhadap Prestasi Belajar Siswa SMA Negeri 8 Pekanbaru*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.
- Novika Ika Setyani, 2011. *Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi bagi komunitas*, Jurusan komunikasi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Roida Eva Flora Siagan, 2012. *Pengaruh Minat dan Kebiasaan Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Matematika*. Fakultas Teknik, Matematika dan IPA, Universitas Indraprasta PGRI.

Website

- Breffni M Noone, Kelly A McGuire. 2011. *Journal of Revenue and Pricing Management Social media meets hotel revenue management: Opportunities, issues and unanswered questions* (<http://www.palgrave-journals.com/rpm/journal/v10/n4/abs/rpm201112a.html>, diakses 4 Desember 2014)
- Danah M Boyd and Nicole B. Ellison. 2007. *Journal of Computer-Mediated Communication Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083->

- 6101.2007.00393.x/pdf) diakses 4 Desember 2014
- Philip Kotler and Kevin L.Keller. 2009. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*.
([http://ebooks.narotama.ac.id/files/Marketing%20Management%20\(14th%20Edition\)/Cover%20&%20Table%20of%20Contents%20-%20Marketing%20Management%20\(14th%20Edition\).pdf](http://ebooks.narotama.ac.id/files/Marketing%20Management%20(14th%20Edition)/Cover%20&%20Table%20of%20Contents%20-%20Marketing%20Management%20(14th%20Edition).pdf)) diakses 14 November 2014
- Kaplan, Andreas, 2010. In Flavio S. Fogliatto, Giovani J.C. da Silveira. *Mass Customization: Engineering and Managing Global Operations*. Springer (Science+Business Media. <http://openmediart.com/log/pics/sdarticle.pdf>) diakses 16 November 2014
- Hana Feberia. 2014. <http://mudazine.com/hanafeberia/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-di-kalangan-remaja/> diakses 17 Maret 2015
- Harian TI. 2014. <http://harianti.com/ini-data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia/> diakses 17 Maret 2015
- Lina Noviandri. 2015. <http://id.techinasia.com/hasil-survei-jakpat-tingkah-laku-pengguna-instagram/> dan <http://blog.jakpat.net/category/mobile/> diakses 17 Maret 2015