

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 622/Ilmu Komunikasi
Bidang Fokus : Sosial Humaniora – Seni Budaya -Pendidikan

HASIL PENELITIAN INTERNAL



SOCIAL MEDIA HABIT PELAJAR DI BEKASI

TIM PENGUSUL

Euis Nurul Bahriyah, SE, M.Si 0317067301
Ahmad Sururi Afif, SE, M.Ak 0320117103

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
2019**

**Lembar Pengesahan Penelitian
Penelitian Hibah Internal
Universitas Esa Unggul**

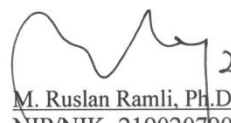
1. Judul Penelitian : Social Media Habit pelajar di SMAN 10 Bekasi
2. Kode>Nama Rumpun Ilmu : 622/Illmu Komunikasi
3. Ketua Peneliti :
 - a. Nama : Euis Nurul Bahriyah, SE, M.Si
 - b. NIDN : 0317067301
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor 300
 - d. Fakultas / Prodi : Ilmu Komunikasi
 - e. Bidang keahlian : Ilmu Komunikasi
 - f. Telepon : 087883492709
 - g. Email : euis.nurul@esaunggul.ac.id
4. Jumlah Anggota Peneliti : satu
5. a. Nama (Anggota 1) : Ahmad Sururi Afif, SE, M.Ak
- b. NIDN : 0320117103
- c. Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul
6. Biaya Penelitian : Rp. 24.000.000
7. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Penelitian

Jakarta, Juli 2019


Menyetujui
Dekan Fakultas


Dr. Halomoan Harahap, M.Si
NIP/NIK. 202100216


Pengusul,


M. Ruslan Ramli, Ph.D
NIP/NIK. 219020790

Ketua Tim Peneliti


Euis Nurul B, SE, M.Si
NIP/NIK. 297030076

Mengetahui,
Ka. LPPM


Dr. Erry Yudhya Mulyani, M.Sc
NIK. 209100388

RINGKASAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku penggunaan media di kalangan siswa di Bekasi khususnya siswa SMAN 10 Bekasi. Hasil wawancara mengenai penggunaan media sosial didapatkan data bahwa sebanyak 1 responden menggunakan 1 gawai untuk mengakses media sosial sementara 3 lainnya menggunakan 3 gawai untuk mengakses media sosial. Beberapa platform media sosial yang sering digunakan adalah whatsapp, instagram, twitter dan youtube. Durasi dan frekuensi penggunaan sangat menentukan terhadap perilaku mereka, dimana whatsapp saat ini lebih sering digunakan seperti aplikasi instant messaging sekitar 2-3 jam sehari. Twitter dan instagram biasanya digunakan ketika waktu luang sepulang sekolah dengan durasi penggunaannya 2-3 jam. Sedangkan Youtube sering digunakan untuk menonton konten video dengan durasi sekitar 1-2 jam. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif yang menghasilkan data tentang perilaku yang mendeskripsikan segala fenomena yang ada di masyarakat secara jelas khususnya pelajar SMAN 10 Bekasi..

Kata Kunci: Media habit, perilaku, durasi

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| DAFTAR ISI | ii |
| RINGKASAN | iii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latarbelakang dan Permasalahan | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 3 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Media Sosial | 4 |
| 2.2 Teori <i>Uses and Gratification</i> dalam Penggunaan Media Sosial | 4 |
| 2.3 Karakteristik Media Sosial | 5 |
| 2.4 Fungsi Media Sosial | 6 |
| 2.5 Media Habit | 8 |
| 2.6 Sikap | 8 |
| 2.7 Pelajar | 9 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Tema Sentral | 10 |
| 3.2 Profil Subjek Penelitian | 10 |
| 3.3 Metode Penelitian | 10 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 11 |
| 3.5 Informan Penelitian | 11 |
| BAB IV PEMBAHASAN | |
| 4.1 Data hasil Penelitian | 12 |
| 4.2 Membandingkan dengan Jurnal lain | 14 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 16 |
| 5.2. Saran | 16 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LUARAN/TARGET CAPAIAN | |
| DATA PENELITI | |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi tidak pernah bisa dijauhkan dari kehidupan masyarakat saat ini. Sebaliknya masyarakat tidak bisa hidup tanpa teknologi yang akan selalu membantu mereka dalam setiap pemenuhan kebutuhan hidup baik pemenuhan berupa informasi, pertemanan, maupun kebutuhan lain dalam berkomunikasi dengan lingkungannya. Salah satu contoh perkembangan teknologi tersebut adalah adanya sebuah layanan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi seantero dunia melalui telepon dan satelit. Jaringan komunikasi elektronik tersebut kini lebih dikenal sebagai internet. Kemudahan yang dihadirkan oleh internet, tidak dapat dipungkiri kehadirannya saat ini semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis, dan lini kehidupan masyarakat yang lain seperti proses berkomunikasi. Komunikasi bermedia internet kini lebih dikenal dengan istilah CMC atau (*Computer Mediated Communication*). Dua aspek CMC yang membedakannya dengan komunikasi tatap muka yaitu isyarat verbal (*verbal cues*) dan waktu yang lebih panjang (*extended time*) (Griffin, 2006: 143). Jika secara tatap muka komunikasi verbal menggunakan bahasa dan non-verbal menggunakan gerakan tubuh dan lain sebagainya, CMC menggunakan sistem isyarat yang ada dalam aplikasi media sosial itu sendiri seperti *emoticon*. Komunikasi yang terjadi di dalam CMC juga cenderung memiliki waktu lebih lama dibanding dengan komunikasi secara tatap muka.

Salah satu fitur CMC yang saat ini sudah meluas penggunaannya dan sangat populer di masyarakat global adalah media sosial. Media sosial yang pada awalnya digunakan oleh segelintir orang saja di salah satu belahan dunia ini kini jangkauannya semakin luas seiring dengan berkembangnya internet dan juga perangkat gawai yang mendukungnya. Kelompok usia pengguna media sosial di Indonesia paling banyak berada di rentang usia 18-24 tahun sebanyak 33% dengan komposisi 18% pengguna pria dan 15% pengguna wanita, rentang usia setelahnya adalah 25-34 tahun dengan jumlah yang sama namun dengan komposisi 19% pengguna pria dan 14% pengguna wanita. Rata-rata waktu harian masyarakat Indonesia yang digunakan dalam mengakses media sosial tersebut menurut laporan yang sama dari *We Are Social* adalah 3 jam 26 menit dengan platform yang paling banyak diakses adalah Youtube (88%), Whatsapp (83%), Facebook (81%) dan Instagram 80%).

Media sosial kini digunakan tidak hanya sebagai media untuk berkomunikasi jarak jauh, tapi juga sebagai ajang untuk mengaktualisasikan diri, berbagi empati, bahkan tak jarang unjuk

kehidupan pribadi atau sekedar mencari dan berbagi informasi, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya pelajar, media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa membuka media sosial. Padahal dalam masa perkembangannya, di sekolah para pelajar merupakan kelompok usia yang masih mencari identitas dirinya salah satunya dengan bergaul bersama teman sebayanya. Ini jelas membuktikan bahwa peran sosial media di kalangan para pelajar sangatlah besar. Banyak hal yang mereka lakukan dan dapatkan dari sosial media. Dalam lingkungan sekitar kami, kami telah mengamati beberapa para pelajar khususnya yang ada di SMAN 10 Bekasi bahwa setiap pelajar tentu memiliki sebuah sikap tertentu dalam menggunakan media sosial. Dalam kalangan pelajar ini terlihat beberapa sikap tertentu yakni bagaimana mereka menyikapi atau menimbulkan persepsi tertentu dalam menggunakan media sosial. Perilaku inilah yang kemudian lebih dikenal dengan media habit (*habit media*).

Dapat dikatakan bahwa SMAN 10 Bekasi adalah perwakilan dari generasi muda yang sedang tumbuh subur dan menginginkan kepuasan dari penggunaan media secara instan melalui penggunaan teknologi social media. Mereka, remaja milenial yang digambarkan sebagai generasi yang sering melakukan petualangan, menghabiskan waktu dan uang hanya sekedar untuk update stauts social mereka. Milenial akan menggunakan uang mereka untuk membeli smartphone terbaru yang mengakses teknologi terbaru untuk kegiatan mereka di dunia maya. Pada intinya milenials menggunakan sosial media dipengaruhi oleh keinginan untuk mencapai kesuksesan dan kegairahan dengan cara mengkonsumsi berita dan informasi, hiburan, dan sebagainya yang berpusat pada ponsel mereka. Data Nielsen menyebutkan bahwa Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan demografis yang di perkirakan berakhir pada 2045. Menurut BPSI, diproyeksikan populasi Indonesia yang produktif (usia 15 - 64) akan menjadi 179,1 juta orang pada tahun 2020 dan milenium (usia 21- 36) menyumbang sekitara 63,5 juta orang. Artinya bahwa usia siswa SMAN 10 Bekasi adalah usia produktif yang menjadikan generasi milenium sebagai mesin pertumbuhan yang signifikan.

Riset ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui perilaku penggunaan media sosial di kalangan remaja khususnya pelajar di SMAN 10 Bekasi beserta motif dan alasannya ditinjau dari pendekatan teori *Uses and Gratification*. Metode yang digunakan metode penelitian kualitatif karena ingin mendalami suatu fakta, gejala dan peristiwa pengaruh media sosial terhadap sikap para pelajar khususnya di SMAN 10 Bekasi sebagaimana adanya dalam konteks ruang dan waktu serta situasi lingkungan para pelajar secara alami. Kami menginginkan hasil penelitian berupa rincian informasi yang lebih kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif dan tidak memerlukan pengolahan data secara statistika. Hasil dari penelitian kualitatif

yang dibutuhkan peneliti adalah berupa informasi yang mendalam mengenai pengaruh media sosial terhadap sikap para pelajar itu sendiri.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah pada riset ini adalah “Bagaimana Sosial Media Habit Pelajar di SMAN 10 Bekasi?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menambah wawasan perihal sosial media habit dikalangan para pelajar;
2. Mengetahui bagaimana sikap penggunaan media sosial pada kalangan pelajar.
3. Sebagai referensi untuk karya ilmiah selanjutnya yang berkaitan dengan media sosial habit.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Sesuai dengan pendapat Zarella (dalam Aditya, R. 2015: 51) media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.

Van Dijk (2013), mengemukakan bahwa media sosial adalah pusat media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. (Nasrullah, 2015:3). Sementara itu Boyd dalam Nasrullah (2015) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *usergenerated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Menurut Nasrullah, 2015. Fungsi dari media sosial selain sebagai media komunikasi, juga merupakan media yang memudahkan mendapatkan informasi serta menyebarkan informasi. Media sosial pun berfungsi untuk hiburan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial memiliki sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti radio, maupun televisi. Melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar dalam media sosial maupun dengan sekedar memberikan like pada setiap postingan seseorang.

2.2. Teori *Uses and Gratification* dalam Penggunaan Media Sosial

Teori *Uses and Gratification* dikenal pada tahun 1974 oleh Blumer dan Katz. Teori ini menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha

memenuhi kebutuhannya. Dalam arti lain, pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2011:192).

Katz, Blumber, & Gurevich (dalam Jalalludin, 2018:256) menjelaskan asumsi dasar dari teori Uses and Gratifications, yaitu:

- 1) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- 2) Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
- 3) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- 4) Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- 5) Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak

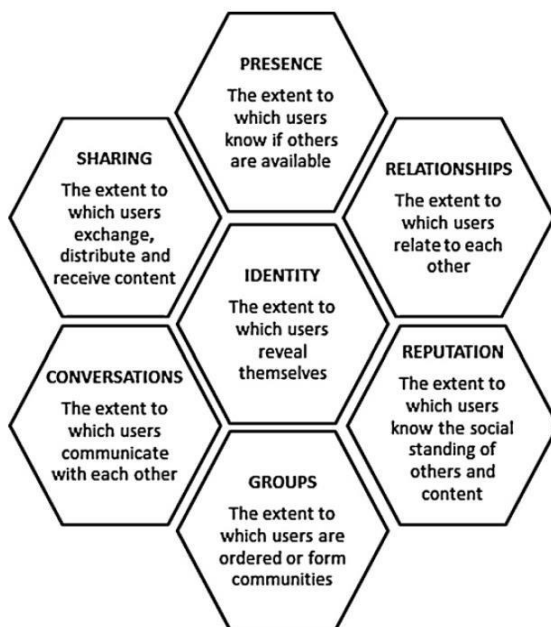
2.3. Karakteristik Media Sosial

Menurut Varinder Taprial dan Priya Kanwar dalam bukunya *Undertsanding Social Media* (2012 : 28 – 29), media sosial memiliki beberapa ciri khas sebagai berikut :

- 1) Aksesibilitas (*Accessibility*). Media sosial dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja yang memiliki perangkat yang terkoneksi dengan jaringan internet. Karenanya media sosial sangat mudah digunakan oleh siapa pun dan tidak dibutuhkan keahlian khusus untuk itu. Semua yang memiliki akses daring dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia.
- 2) Interaktivitas (*Interactivity*). Komunikasi yang dilakukan melalui media sosial berlangsung secara dua arah atau bahkan lebih. Karenanya, pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Setiap orang dapat memberikan pertanyaan, mendiskusikan suatu topik atau hal-hal lain yang sesuai dengan minat yang dimiliki.

- 3) *Longevity/volatility*. Pesan-pesan yang dikirimkan dapat disimpan dan diakses kembali untuk jangka waktu yang lama. Bahkan pesan-pesan tersebut dapat disunting dan dimutakhirkan kembali setiap saat sesuai kebutuhan.
- 4) Keterjangkauan (*Reach*). Internet menawarkan akses yang tidak terbatas untuk menjangkau semua isi yang terdapat dalam dunia tak kasat mata. Setiap orang dapat mengakses internet darimana saja dan kapan saja.
- 5) Kecepatan (*Speed*). Pesan yang telah dibuat di media sosial dapat diakses oleh semua orang yang berada dalam jaringan atau kelompok atau forum atau komunitas yang sama segera setelah pesan tersebut dipublikasikan. Kita dapat berkomunikasi dengan khalayak tanpa melalui banyak kendala yang mempengaruhi pengiriman suatu pesan. Respon atau tanggapan yang diberikan oleh khalayak juga bersifat instan atau segera sehingga kita dapat berdialog dengan khalayak secara real time.

2.4. Fungsi Media Sosial



Social Media Functionality

- 1) Percakapan (*Conversations*) – bagaimana pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya.
- 2) Berbagi (*Sharing*) – bagaimana pengguna melakukan pertukaran isi, mendistribusikan isi, dan menerima isi tersebut.

Untuk memahami fungsi media sosial, Kietzmann dkk (2011) menyatakan bahwa fungsi media sosial dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka Honeycomb yang menggambarkan media sosial dengan menggunakan tujuh pilar yaitu identitas, percakapan, berbagi, kehadiran, hubungan, reputasi, dan kelompok (Taprial dan Kanwar, 2012 : 31-32). Identitas (*Identity*) – bagaimana pengguna menampilkan dirinya.

- 3) Kehadiran (*Presence*) – bagaimana pengguna mengetahui kehadiran pengguna yang lain.
- 4) Hubungan (*Relationship*) – bagaimana pengguna berhubungan satu sama lain.
- 5) Reputasi (*Reputation*) – bagaimana pengguna mengetahui isi dan posisi sosial pengguna lainnya.
- 6) Kelompok (*Groups*) – bagaimana pengguna berada dalam suatu komunitas atau kelompok.

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015) media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *usergenerated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

PLATFORM MEDIA SOSIAL YANG SERING DIGUNAKAN



WHATSAPP & LINE

Digunakan oleh para responden untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, platform ini dirasa cukup efektif untuk menunjang kebutuhan tsb. Platform Line juga memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan berita terkini melalui fitur Line Today.



INSTAGRAM

Digunakan untuk mempublikasikan foto, video dan juga status di fitur IG Story yang memiliki banyak filter yang menarik. Instagram juga digunakan untuk mendapatkan hiburan seperti konten-konten lucu dan juga berbagai informasi terkini.



TWITTER

Digunakan oleh para responden untuk berbagi status berupa kata. Twitter juga digunakan untuk berbagi informasi informasi seperti pengalaman dan juga diskusi mengenai suatu topik.



YOUTUBE

Digunakan oleh para responden utamanya untuk menonton konten-konten video seperti tayangan ulang pertandingan bola, tutorial make-up dan juga belajar.

2.5. Media Habit dan Media Behaviour

Media habit adalah pola kebiasaan memanfaatkan media yang dapat dijelaskan dengan frekuensi atau waktu seseorang mengkonsumsi media sementara *Media Behavior*/perilaku media (atau *habits of media use*/kebiasaan menggunakan media) merupakan konsep dasar yang dibentuk oleh elemen-elemen yang relatif secara tetap yaitu struktur social dan struktur media.

- a. Struktur social mengacu kepada ‘fakta sosial’ seperti pendidikan, pendapatan, gender, lokasi rumah, dll, yang mempengaruhi secara kuat kepada pandangan secara umum dan perilaku.
- b. Media struktur mengacu kepada saluran, pilihan dan isi media yang ada pada waktu tertentu. (McQuail, 1997, 69)

2.6. Sikap

Menurut Fishbein dalam Ali (2006:141) “Sikap adalah predisposisi emosional yang dipelajari untuk merespons secara konsisten terhadap suatu objek”. Sedangkan menurut Secord dan Backman dalam Saifuddin Azwar (2012:88) “Sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognitif), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya”.

Menurut Randi dalam Imam (2011:32) mengungkapkan bahwa “Sikap merupakan sebuah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri atau orang lain atas reaksi atau respon terhadap stimulus (objek) yang menimbulkan perasaan yang disertai dengan tindakan yang sesuai dengan objeknya”.

Selanjutnya Menurut Ahmadi dalam Aditama (2013:27) “Orang yang memiliki sikap positif terhadap suatu objek psikologi apabila ia suka (*like*) atau memiliki sikap yang *favorable*, sebaliknya orang yang dikatakan memiliki sikap negative terhadap objek psikologi bila tidak suka (*dislike*) atau sikapnya *unfavorable* terhadap objek psikologi”. Sikap yang menjadi suatu pernyataan evaluatif, penilaian terhadap suatu objek selanjutnya yang menentukan tindakan individu terhadap sesuatu.

Menurut Azwar S (2012:33) struktur sikap dibedakan atas 3 komponen yang saling menunjang, yaitu:

- 1) Komponen kognitif merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap, komponen kognitif berisi kepercayaan stereotype yang dimiliki individu mengenai sesuatu dapat disamakan penanganannya (opini) terutama apabila menyangkut masalah isu atau problem yang kontroversial.

- 2) Komponen afektif merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional. Aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin adalah mengubah sikap seseorang komponen afektif disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.
- 3) Komponen konatif merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang. Dan berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak/ bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu dan berkaitan dengan objek yang dihadapinya adalah logis untuk mengharapkan bahwa sikap seseorang adalah dicerminkan dalam bentuk tendensi perilaku.

2.7. Pelajar

Menurut Sinolungan (1997), mengemukakan bahwa pengertian pelajar secara luas adalah setiap orang yang terlibat dengan proses pendidikan untuk memperoleh pengetahuan sepanjang hidupnya. Sedangkan dalam arti sempit, pengertian pelajar adalah setiap siswa yang belajar di sekolah. Menurut Nasution, belajar merupakan suatu kegiatan untuk menambah dan mengumpulkan sejumlah ilmu pengetahuan dan pelajar adalah orang yang melakukannya atau pelakunya.

Menurut Sudjana, mengemukakan bahwa pengertian belajar adalah setiap upaya yang dilakukan dengan sengaja agar tercipta suatu kegiatan edukatif yang terjalin antara pengajar (pendidik) dengan pelajar (peserta didik). Pelajar pada dasarnya diartikan sebagai pengguna dari jasa yang diberikan oleh pendidik atau pengajar tersebut.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pelajar adalah individu yang ikut dalam kegiatan belajar untuk mendapatkan ilmu pengetahuan. Pelajar merupakan aset yang sangat penting bagi suatu negara. Karena generasi penerus bangsa yang diharapkan adalah pelajar yang nantinya dapat menjadi individu yang dapat memajukan agama, bangsa dan negara. Selain itu, pelajar yang diharapkan adalah generasi yang nantinya dapat membuat pergaulan sosial juga semakin baik. Seorang pelajar yang baik harus mampu menempatkan dirinya dengan baik di lingkungan masyarakat. Karena sebagai seorang peserta didik, pengetahuan dan keterampilan yang telah diperolehnya atau dipelajarinya harus dapat menunjukkan bahwa dirinya lebih baik dibandingkan yang lain. Hal inilah yang menuntut agar pelajar dapat berperilaku sopan dan memiliki sifat-sifat yang baik yang nantinya dapat ditiru atau dicontoh oleh masyarakat yang berpendidikan rendah ataupun yang tidak berpendidikan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kaitan Tema Sentral dengan Penelitian

Tidak terlepas dari dokumen Renstra, maka penelitian ini masuk ke dalam tema sentral “f. Pengembangan Seni & Budaya/Industri Kreatif dan Teknologi Informasi & Komunikasi”. Dan mengacu kepada pedoman Riset Unggulan Universitas Esa Unggul (UEU) dan Road Map yang menjadi payung Penelitian Unggulan UEU 2021, sasaran yang ingin dicapai adalah mendapatkan hasil penelitian yang berkualitas dan sustainable. Untuk mewujudkannya, seluruh program penelitian diarahkan kepada tujuh tema sentral unggulan UEU, maka penelitian ini fokus pada (f) Pengembangan Seni & Budaya/Industri Kreatif dan Teknologi Informasi & Komunikasi. Masing-masing bidang ilmu dalam lingkungan UEU mengikuti ketujuh tema sentral tersebut. Sehingga, hasil penelitian yang dilakukan melahirkan penelitian unggulan sebagaimana diharapkan.

3.2 Profil Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan responden dari perwakilan pelajar SMA Negeri 10 Bekasi sebanyak 4 orang. Mereka adalah Christian, Caroline, Rio dan Dewi yang kesemuanya adalah siswa kelas 12 dan berumur 17 tahun. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang sama berkaitan dengan penggunaan media sosial. Dari penelitian ini didapatkan data bahwa sebanyak 1 responden menggunakan 1 gawai untuk mengakses media sosial sementara 3 lainnya menggunakan 2 gawai untuk mengakses media sosial tersebut.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Bogdan dan Tylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 2010: 4). Pemilihan metode ini dilakukan karena analisisnya tidak bisa dalam bentuk angka dan peneliti lebih mendeskripsikan segala fenomena yang ada dimasyarakat secara jelas. Data yang didapat berasal dari proses wawancara dan observasi dan disajikan dalam bentuk deskripsi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Meleong, 2010: 186). Ciri utama wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi. Dalam wawancara sudah disiapkan berbagai macam pertanyaan-pertanyaan tetapi muncul berbagai pertanyaan lain saat meneliti. Melalui wawancara inilah peneliti menggali data, informasi, dan kerangka keterangan dari subyek penelitian. Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas terpimpin, artinya pertanyaan yang dilontarkan tidak terpaku pada pedoman wawancara dan dapat diperdalam maupun dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan.

3.5. Informan Penelitian

1. Caroline (17 tahun)



3. Christian (17 tahun)



1. Dewi (17 tahun)



4. Rio (17 tahun)



BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Data Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan didapat data bahwa media sosial yang sering digunakan oleh keempat responden tersebut adalah aplikasi instant messaging seperti Whatsapp dan Line yang digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi, kemudian Instagram yang digunakan untuk mempublikasikan foto, video dan juga status di fitur IG Story, Twitter untuk membuat status yang digabungkan menjadi sebuah thread dan Youtube sebagai platform untuk menonton konten video secara online. Keempat responden menggunakan media sosial tersebut sejak SMP, kecuali Youtube yang sudah hadir sejak mereka SD. Perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial tersebut berupa gawai seperti *smartphone* dan laptop. Faktor yang mempengaruhi para responden menggunakan media sosial lebih banyak karena faktor eksternal yakni lingkungan sekolah.

Beberapa alasan para responden merasa tertarik menggunakan platform-platform media sosial tersebut diuraikan sebagai berikut :

1) Whatsapp dan Line

Para responden merasa bahwa Whatsapp dan Line merupakan platform yang cukup efektif untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Platform Line juga memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan berita terkini melalui fitur Line Today.

2) Instagram

Instagram digunakan mempublikasikan kegiatan sehari-hari melalui fitur IG Story yang memiliki banyak filter yang menarik. Instagram juga digunakan untuk mendapatkan hiburan seperti konten-konten lucu dan juga berbagai informasi seperti jadwal pertandingan bola.

3) Twitter

Twitter digunakan oleh para responden untuk berbagi status berupa kata. Twitter juga digunakan untuk berbagi informasi informasi seperti pengalaman dan juga diskusi mengenai suatu topik.

4) Youtube

Youtube digunakan oleh para responden utamanya untuk menonton konten-konten video seperti tayangan ulang pertandingan bola, tutorial make-up dan juga belajar.

Waktu yang digunakan para responden untuk menggunakan media sosial tersebut tergantung dari fungsi media sosial tersebut digunakan. Aplikasi-aplikasi instant messaging memiliki frekuensi penggunaan yang lebih sering dibandingkan dengan platform media sosial lain, berdasarkan data dari responden untuk penggunaan Whatsapp dan Line jika diakumulasikan sekitar 2-3 jam dalam sehari. Kemudian twitter dan instagram yang biasa digunakan oleh responden ketika waktu luang, durasi penggunaannya juga sama dengan durasi penggunaan Whatsapp dan Line yakni 2-3 jam. Sementara Youtube yang dirasa memakan kuota lebih banyak karena berisi konten video berbagai durasi, penggunaannya hanya sekitar 1-2 jam.

Dengan durasi penggunaan yang cukup intens tersebut dampak yang dirasakan dengan adanya media sosial adalah berbagai macam kemudahan yang dirasakan seperti kemudahan dalam berkomunikasi, berbagi dan mendapatkan informasi sehingga menambah wawasan dan menjadi pribadi yang lebih percaya diri. Selain itu penggunaan media sosial juga memiliki dampak negatif salah satunya adalah adanya candu yang terjadi karena faktor kemudahan dalam mengakses platform media sosial tersebut yang menjadi kebiasaan untuk terus menggunakan media sosial tersebut di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan alasan tersebut menjadikan media sosial bagi tiga responden merupakan kebutuhan mereka, sementara satu responden mengatakan bahwa justru internetlah yang menjadi kebutuhan karena tanpa adanya internet maka media sosial tidak dapat diakses.

Responden juga ditanyakan mengenai kesanggupan mereka untuk tidak menggunakan media sosial dalam sehari. Ketiga responden mengatakan bahwa mereka sanggup untuk tidak mengakses media sosial dalam sehari, contoh kasusnya ketika terjadinya *black-out* pada bulan Agustus kemarin sementara satu responden mengatakan tidak sanggup untuk sehari saja tanpa media sosial dengan alasan banyak kegiatan sehari-hari yang lebih mudah digunakan dengan adanya media sosial.

Dampak yang dirasakan dengan adanya media sosial adalah berbagai macam kemudahan yang dirasakan seperti kemudahan dalam berkomunikasi, berbagi dan mendapatkan informasi sehingga menambah wawasan dan menjadi pribadi yang lebih percaya diri. Selain itu penggunaan media sosial juga memiliki dampak negatif salah satunya adalah adanya candu yang terjadi karena faktor kemudahan dalam mengakses platform media sosial tersebut yang menjadi kebiasaan untuk terus menggunakan media sosial tersebut di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan alasan tersebut menjadikan media sosial bagi tiga responden merupakan kebutuhan mereka, sementara satu responden mengatakan bahwa justru internetlah yang menjadi kebutuhan karena tanpa adanya internet maka media sosial tidak dapat diakses.

4.1 Perbandingan dengan Jurnal Lain

Pada pembahasan ini, peneliti juga melakukan perbandingan karya ilmiah ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Nugraheni dan Anastasia Yuni W. Penelitian dengan tajuk “*Social Media Habit Remaja Surabaya*” tersebut dibahas dalam Jurnal Komunikatit Vol. I Bulan Juni silam. Penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode survei dengan total sample sebanyak orang.

Berdasarkan hasil analisa pada penelitian tersebut, kebiasaan bermedia sosial yang muncul pada penggunaan media sosial tersebut adalah untuk berbagi opini diantara remaja sementara dalam penelitian kami, penggunaan media sosial lebih karena kemudahan yang dirasakan misalnya dalam berkomunikasi, berbagi dan mendapatkan informasi dan juga hiburan. Perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial tersebut adalah gawai yang terhubung dengan internet, hasil penelitian tersebut juga sama dengan penelitian yang kami lakukan. Kemudian mengenai alasan responden dalam penelitian tersebut bergabung dengan media sosial adalah untuk saling berbagi minat dan pandangan yang sama dengan orang lain melalui media sosial sementara dalam penelitian kami alasannya lebih kepada fungsi dari media sosial itu sendiri seperti Whatsapp dan Line yang digunakan untuk komunikasi yang lebih efektif, Twitter dan Instagram untuk berbagi status, juga mempublikasikan foto dan video dan Youtube yang digunakan untuk mendapatkan hiburan dari konten-konten video yang disajikan. Frekuensi platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden

pada penelitian tersebut adalah Line, sementara pada penelitian kami adalah Instagram.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Menurut teori *Uses and Gratification*, pengguna media berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Hal ini telah dibuktikan dalam hasil wawancara bahwa beberapa pelajar dari SMAN 10 Bekasi menggunakan media sosial dengan alasan memilih dan menggunakan media tersebut berdasarkan fungsi media dan kebutuhan mereka. Berbagai faktor kemudahan yang dirasakan saat menggunakan platform-platform media sosial tersebut menjadi pemicu utama, hal ini sesuai dengan kebutuhan para responden yang menginginkan adanya media yang praktis dan efisien digunakan terutama untuk berkomunikasi, berbagi serta mendapatkan informasi. Selain itu platform-platform tersebut juga memiliki banyak fitur-fitur yang menarik dan menunjang kebutuhan mereka untuk mempublikasi kegiatan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara pelajar SMAN 10 Bekasi, penggunaan media sosial memiliki dampak pada masing-masing responden. Dampak tersebut merupakan penggunaan media sosial tersebut yang secara sengaja atau tidak sengaja mereka lakukan.

5.2. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan peneliti untuk mempertimbangkan dan atau menambahkan variabel-variabel lain yang di luar variabel yang terdapat pada penelitian ini sehingga penelitian seperti ini bisa di eksplor lebih jauh lagi dan lebih luas lagi pemilihan sampelnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aditama. 2013. *Pengaruh Sikap Dan Motivasi Masyarakat Terhadap Partisipasi Dalam Pelaksanaan Kegiatan Siskamling di Kelurahan Labuhan Ratu Raya Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung : Universitas Lampung.

Aditya, R. (2015). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*. Pekanbaru: JomFISIP volume 2.

Ali, Zainuddin, 2006. *Sosiologi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

Azwar, Saifuddin. 2012. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Liberty.

Griffin, E.M. 2006. *A First Look at Communication Theory 6th Edition*. London: McGraw Hill. London

Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.

R, Nasrullah. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Sinolungan, A.E. 1997. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Wirasari.

Taprial, Varinder dan Kanwar, Priya. 2012. *Undertsanding Social Media*. London: Bookbon.

Non Buku :

<https://kbbi.web.id/internet> diakses pada tanggal 16 September 2019.

Ferris, Pixy. 1997. *What is CMC? An overview of Scholarly Definitions*.
<https://www.december.com/cmc/mag/1997/jan/ferris/html> diakses pada tanggal 16 September 2019.

We Are Social. 2019. *Digital Around The World*. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia?rq=indonesia%202019> diakses pada tanggal 16 September 2019.

BAB IV

LUARAN/TARGET CAPAIAN

1. Luaran dan Target Capaian

1. Artikel Ilmiah dimuat di jurnal Nasional Terakreditasi.
2. Artikel Ilmiah dimuat di prosiding Nasional
3. Hak Kekayaan Intelektual, yaitu Hak Cipta sebagai tambahan

2. Biaya Penelitian

Pada penelitian ini, dibiayai sendiri oleh peneliti tanpa ada dana bantuan atau di danai oleh lembaga/institusi lain.

Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul

A. Identitas Diri Ketua Peneliti

| | | |
|----|-------------------------------|---|
| 1 | Nama Lengkap | Euis Nurul Bahriyah, SE, M.Si |
| 2 | Jenis Kelamin | Perempuan |
| 3 | Jabatan Fungsional | Lektor |
| 4 | NIP/NIK/Identitas Lain | 297030076 |
| 5 | NIDN | 0317067301 |
| 6 | Tempat Tanggal Lahir | Bojonegoro/17 Juni 1973 |
| 7 | E-mail | euis.nurul@esaunggul.ac.id |
| 8 | No. HP | 081218390917 / 087883492709 |
| 9 | Alamat Kantor | Jl. Terusan Arjuna No 9 Kebon Jeruk Jakarta Barat |
| 10 | No. Telp/Faks | 021. 5674223 / 021 5674159 |
| 11 | Lulusan yang Telah Dihasilkan | S-1= 125 Orang |
| 12 | Mata Kuliah yang Diampu | 1. Komunikasi Pemasaran Terpadu |
| | | 2. Marketing Public Relations |
| | | 3. Media Habit |
| | | 4. Dasar-dasar Manajemen |

B. Riwayat Pendidikan

| | S1 | S2 |
|--------------------------|--|--|
| Nama Perguruan Tinggi | UNIVERSITAS BOROBUDUR | UNIVERSITAS MERCU BUANA |
| Bidang Ilmu | Ekonomi Akuntansi | Marketing Communication |
| Tahun Masuk – Lulus | 1991 - 1995 | 2006- 2010 |
| Judul Skripsi/Thesis | Sistem Akuntansi Penjualan dan Pengaruhnya Terhadap Prosedur Penerimaan Kas Pada PT. Dok dan Perkapalan Kodja Bahari Unit Galangan Jakarta III | Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Image Metro TV sebagai The Election Channel (studi kasus The Election Channel 2009 sebagai Referensi Pemilu Indonesia) |
| Nama Pembimbing/Promotor | Drs. HA Rodi Kartamulja, Ak, MM | Dr. Umaimah Wahid |

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

| No | Tahun | Judul Penelitian | Pendanaan | |
|----|-------|--|-----------|------------|
| | | | Sumber | Jml (Rp) |
| 1. | 2013 | Komunikasi Interpersonal Pemandu Wisata dalam Mengenalkan Indonesia pada Wisatawan Mancanegara | Institusi | 24.000.000 |
| 2. | 2014 | Peran Maskot RAKI dalam Menciptakan Brand Image Metro | Institusi | 24.000.000 |

| | | | | |
|----|------|---|-----------|------------|
| | | TV sebagai Saluran Indonesia Memilih | | |
| 3. | 2015 | Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2015: Konsep, Kerangka Kerja, Kreativitas Karya Kaya Kultur di Solo: Kampanye <i>Ambient Media</i> Sebagai Proses Kreatif Bagi Mahasiswa Fikom Esa Unggul No. ISBN 978-602-1054-05-(jil.2) | Institusi | 24.000.000 |
| 4. | 2016 | Pendekatan EPIC Model pada Iklan Layanan Masyarakat Mudik 2015 | Institusi | 3.000.000 |
| 5. | 2017 | Radio Komunitas Sebagai Media Akselerasi Pendidikan | Institusi | 4.765.000 |
| 6. | 2018 | Analisa Pencitraan Terhadap Perluasan Merek SKH KOMPAS Bagi Pembaca di Jakarta | Institusi | 2.050.000 |

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

| No | Tahun | Judul Pengabdian Kepada Masyarakat | Pendanaan | |
|----|-------|--|--|-----------|
| | | | Sumber | Jml (Rp) |
| 1 | 2014 | Fotografi untuk Periklanan | Sendiri | 200.000 |
| 2 | 2016 | Manajemen Penyiaran bagi Radio Swara Gemilang Tangerang – Dasar-dasar Manajemen Penyiaran | Sendiri | 500.000 |
| 3 | 2018 | Monitoring dan Evaluasi Program KJP Plus Tahun 2018 Jakarta (wilayah survey Jakarta Utara) | Pemprov DKI Jakarta – Fikom Esa Unggul | 5.000.000 |

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

| No | Tahun | Judul Artikel Ilmiah | Pendanaan | |
|----|-------|--|-----------|-----------|
| | | | Sumber | Jml (Rp) |
| 1 | 2018 | Analisa Pencitraan Terhadap Perluasan Merek SKH KOMPAS Bagi Pembaca di Jakarta | Institusi | 4.765.000 |
| 2 | 2017 | Radio Komunitas Sebagai Media Akselerasi Pendidikan | Institusi | 2.050.000 |
| 3 | 2016 | Jurnal Komunikologi: Pendekatan EPIC Model pada Iklan Layanan Masyarakat Mudik 2015, | Institusi | 3.000.000 |
| 4 | | Prosiding Konferensi Nasional | Institusi | 3.000.000 |

| | | | | |
|---|------|--|-----------|-----------|
| | 2015 | Komunikasi 2015: Konsep, Kerangka Kerja, Kreativitas Karya Kaya Kultur di Solo: Kampanye <i>Ambient Media</i> Sebagai Proses Kreatif Bagi Mahasiswa Fikom Esa Unggul No. ISBN 978-602-1054-05- (jil.2) | | |
| 5 | 2014 | Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2014 di Bengkulu: Peran Maskot RAKI dalam Menciptakan Brand Image Metro TV sebagai Saluran Indonesia Memilih.No. ISBN 978-602-1084-00-7 | Institusi | 3.000.000 |
| 6 | 2013 | Prosiding Komunikasi Indonesia untuk Membangun Peradaban Bangsa, makalah “Komunikasi Interpersonal Pemandu Wisata dalam Mengenalkan Indonesia pada Wisatawan Mancanegara” ISBN:978-602-18666-2-7 | Institusi | 3.000.000 |

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

| No | Nama Pertemuan | Judul Artikel Ilmiah | Waktu dan Tempat |
|----|----------------|----------------------|------------------|
| 1 | - | | |

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

| No | Judul Buku | Tahun | Jumlah Halaman | Penerbit |
|----|------------|-------|----------------|----------|
| 1 | - | | | |

H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

| No | Judul/Tema HKI | Tahun | Jenis | Nomor P/ID |
|----|----------------|-------|-------|------------|
| 1 | - | | | |

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

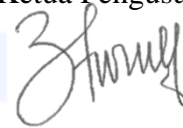
| No | Judul/Tema Rekayasa Sosial Lainnya Yang Telah Diterapkan | Tahun | Tempat Penerapan | Respon Masyarakat |
|----|--|-------|------------------|-------------------|
| 1 | - | | | |

J. Penghargaan Yang Pernah Diraih dalam 10 Tahun Terakhir (dari Pemerintah atau asosiasi atau institusi lainnya)

| No | Jenis Penghargaan | Institusi Pemberi Penghargaan | Tahun |
|----|-------------------|-------------------------------|-------|
| 1 | - | | |

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.
Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan usulan PDUPT 2017-2018

Jakarta, Juli 2019
Ketua Pengusul



Euis Nurul B, SE, M.Si