

## KONSUMSI MEDIA SOSIAL MAHASISWA SEBAGAI POTRET AKTIVITAS REMAJA PERKOTAAN

Fitri Norhabiba<sup>1</sup>, Sukma Ari Ragil Putri<sup>2</sup>

Email: fitrinorhabiba@untag-sby.ac.id<sup>1</sup>

Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

### **Abstrak**

*Internet telah membawa banyak perubahan bagi masyarakat. Sebagai new media, internet tidak hanya memiliki fungsi sebagai alat produksi dan distribusi pesan sebagaimana media tradisional lainnya, namun juga sebagai media penyimpanan pesan. Pengakses social media terbesar berasal dari kalangan anak muda. Penelitian ini menguji aspek aspek dalam uses and gratification dan computer mediated communication yang dihubungkan dengan manfaat akses media bagi anak muda. Uses gratification digunakan karena masih relevan untuk penelitian media, sedangkan computer mediated communication digunakan karena sesuai dengan bahasan face to face communication. Penelitian ini mengambil tempat di Untag Surabaya. Lokasi kampus dipilih karena berada di tengah kota dan mewakili profil mahasiswa perkotaan untuk penelitian. Populasi adalah mahasiswa Untag Surabaya yang berjumlah 13849 mahasiswa. Sampel yang diambil adalah 388 mahasiswa, sesuai dengan perhitungan rumus slovin, pengambilan sampel dengan systematic random sampling. Tipe penelitian adalah deskriptif kuantitatif dimana data yang diambil untuk menggambarkan serta menggeneralisasi potret remaja mahasiswa perkotaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mendapat manfaat yang banyak dengan mengakses social media. Manfaat yang paling dirasakan adalah faktor jarak teratasi, merasa lebih uptodate dan banyak informasi. Selain itu mereka merasakan bertemu dengan komunitas yang sama. Adanya emoticon social media mampu menggambarkan apa yang diinginkan. Hadirnya social media juga menjadikan mereka merespon cepat dan manfaat terbesar yang dirasakan adalah memudahkan aktivitas. Mahasiswa rata rata mengakses social media 60 hingga 90 menit setiap harinya, meskipun kadang lebih lama pada kondisi tertentu.*

**Kata Kunci:** *Intensitas Mengakses Social Media, Computer Mediated Communication, Uses And Gratification, Social Media.*

### **Abstract**

*The internet has many people. As a new medium, the internet does not only function as a media and traditional media, but also as a message storage medium. The biggest social media access among young people. This study uses aspects in the use and gratification and computer-mediated communication used with media benefits for*

*young people. The use of gratification as a research medium is still relevant, while the computer communication media is in accordance with face-to-face communication. This research took place in Untag Surabaya. The campus location was chosen because it was in the middle of the city and represented the profile of architectural students for research. The population is the Surabaya Untag students who discussed 13849 students. The selected sample was 388 students, according to the basic calculations, with systematic random sampling. This type of research is quantitative descriptive, namely the data used to generalize the portrait of urban teenage students. The results of the study showed that users benefited a lot by accessing social media. The best benefits are factors of distance, more and more information. Besides that they feel meeting with the same community. The existence of social media emoticons that are able to support what they want. The presence of social media can also be accessed easily. Students on average access social media 60 to 90 minutes every day, even though only a few in certain conditions.*

***Keywords: Intensity of Accessing Social Media, Computer Mediation Communication, Use and Gratification, Social Media.***

## **Pendahuluan**

Media baru menggunakan internet sebagai medium utamanya. Generasi muda sebagai pengakses media baru terbesar. Mereka tidak bisa lepas dari mobile phone yang terkoneksi dengan internet. Adanya smartphone juga menjadikan orang lebih kreatif karena beragam kemudahan yang dirasakan. Salah satu fungsi dari internet di smartphone adalah untuk mengakses media sosial. Media sosial menjadikan antar orang terhubung satu sama lain. Dalam satu smartphone berbagai fitur dan media sosial dimiliki oleh penggunanya.

Media sosial digunakan untuk menjalin komunikasi, eksistensi, sarana pertukaran informasi, transaksi, dan hal lain yang juga dilakukan di kehidupan sehari-hari. Mahasiswa sebagai potret remaja perkotaan menjadi subjek penelitian ini. Hal ini karena remaja juga sebagai agen perubahan, oleh karena itu kebiasaannya menjadi sorotan bernilai positif atau tidak. Daerah perkotaan juga sengaja dipilih karena mewakili kondisi remaja saat ini yang tak lepas dari smartphone, koneksi internet yang kencang, akses berkommunitas memadai, dan kemudahan mendapat informasi.

Mahasiswa yang digadang sebagai agen perubahanpun turut meramaikan sebagai pelaku atau penikmat e-commerce tersebut. Pengakses internet di Indonesia

didominasi oleh usia 10-24 tahun sebesar 45 juta (Indonesia Digital, 2018). Menurut survey *net index* Kota Surabaya menduduki peringkat ke empat yang memiliki koneksi cepat di Indonesia setelah Tangerang, Jakarta, dan Bekasi (<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/> akses 30 Maret 2017 pukul 14.30 WIB).

Penelitian yang dilakukan Sutcliffe, Binder, dan Dunbar (2018) menguji penggunaan media sosial, kepuasan sosial, dan kesepian pada 249 karyawan dan mahasiswa Universitas Manchester. Hasil penelitian menunjukkan aktivitas sosial di dunia nyata berasosiasi positif dengan ukuran kelompok pendukung dan kepuasan sosial. Sebaliknya waktu media sosial berasosiasi positif dengan kepuasan sosial dan ukuran total jaringan, sementara jumlah kontak online berhubungan positif dengan kepuasan sosial, luasnya kelompok simpati dan ukuran total jaringan. Tidak ada efek kesepian yang ditemukan. Kelompok pendukung lebih dekat kekerabatannya, biasanya adalah anggota keluarga yang mendukung secara emosional dan finansial. Sementara kelompok pendukung berisi teman teman dekat atau persahabatan. Kelompok yang berisi kurang dari 5 orang lebih dekat berhubungan dengan aktivitas sosial di dunia nyata, sementara penggunaan media sosial dan kontak mempengaruhi berkurangnya kedekatan grup (kira kira 15 orang) dan total jaringan (kira kira 150 orang). Penelitian terdahulu yang telah dilakukan di Kota Semarang pada siswa SMA 5 Semarang menunjukkan bahwa semakin tinggi siswa mengakses internet tidak mengurangi intensitas interaksi dengan keluarga dan teman temannya (Norhabiba, 2015: 2). Penelitian tersebut menggunakan *pearson correlation* dan *systematic random sampling*.

Teori computer mediated communication menjelaskan proses komunikasi interpersonal melalui internet. Internet telah membawa banyak perubahan bagi masyarakat. Sebagai new media, internet tidak hanya memiliki fungsi sebagai alat produksi dan distribusi pesan sebagaimana media tradisional lainnya, namun juga sebagai media penyimpanan pesan (McQuail, 2010:135). Tren pembaca media di internet semakin naik, apalagi untuk kalangan muda.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menguji aspek aspek dalam *uses and gratification* dan *computer mediated communication* yang dihubungkan dengan manfaat akses media bagi anak muda. Populasi adalah mahasiswa Untag Surabaya yang berjumlah 13849 mahasiswa. Sampel yang diambil adalah 388 mahasiswa, sesuai dengan perhitungan rumus slovin, pengambilan sampel dengan *systematic random sampling*. Tipe penelitian adalah deskriptif kuantitatif dimana data yang diambil untuk menggambarkan serta menggeneralisasi potret remaja mahasiswa perkotaan.

## Hasil

Sebanyak 58,7% responden menyatakan sangat setuju suka menggunakan internet. Sebesar 36% mahasiswa menyatakan setuju banyak emoticon social media yang menggambarkan apa yang ingin disampaikan. Mereka justru menyatakan netral bahwa kehadiran fisik menjadi kurang penting dalam interaksi dengan teman maupun keluarga. Faktor jarak teratasi dengan hadirnya internet, 37,9% menyatakan setuju. Sebanyak 57,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa internet mendekatkan yang jauh. Namun sebesar 26,1%% responden menyatakan setuju internet menjauhkan yang dekat. Mayoritas responden setuju bahwa mereka bertemu dengan teman/komunitas yang sama melalui media sosial. Mereka juga menyatakan sering lupa waktu ketika mengakses internet, sebesar 33,2% setuju. Serupa dengan pernyataan bahwa porsi penggunaan internet mereka berlebihan, 30,8% setuju.

Hadirnya internet menjadikan mahasiswa uptodate berdasar informasi yang ada di internet, 41,5% setuju. Sebanyak 34,7 % responden setuju bahwa media sosial sesungguhnya bersifat individual. Mereka sebanyak 38,4% setuju bahwa setiap individu menjadi lebih terbuka di media sosial. Sebesar 40,2% mahasiswa setuju dengan hadirnya internet mereka mampu mencari banyak informasi umum bahkan informasi individu yang sifatnya rahasia. Media sosial menghadirkan kecepatan respon penggunaanya, 45,2% menyatakan demikian. Adanya internet memudahkan aktivitas mahasiswa, sebanyak 44,4%

menyatakan sangat setuju. Mereka sepakat menyatakan menjadi masyarakat digital, 41% setuju.

Pada pernyataan nyaman menggunakan emoticon sebagai pengganti respon yang sebenarnya, 35,8% responden menyatakan setuju. Namun sebanyak 31,1% responden jugamenyatakan setuju emoticon kurang mewakili respon yang diinginkan. Sebesar 34,2% mahasiswa setuju penggunaan emoticon sering salah tafsir.

## **Pembahasan**

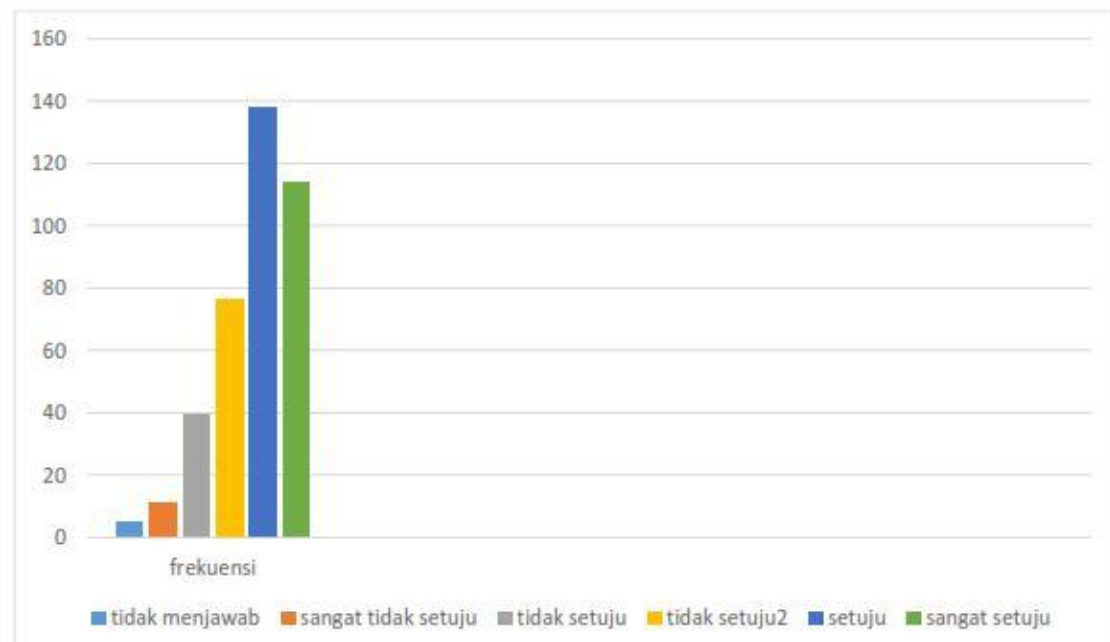
Kajian oleh Katz, Blumer, dan Gurevitch ini menyatakan bahwa media tidak melakukan apapun untuk mengubah sikap orang, namun khalayak dipandang aktif. Teori ini mencoba untuk menjelaskan bahwa orang mengonsumsi pesan media untuk beragam alasan, dan efeknya tidak sama pada setiap orang. Dengan memahami kebutuhan khusus konsumen media, alasan konsumsi media menjadi jelas. Efek media yang khusus, atau ketiadaan efek, juga bisa dijelaskan. Orang menggunakan media untuk beragam tujuan, orang memutuskan media yang akan dikonsumsi dan efek apa dari media yang ingin mereka punyai/dapatkan. Khalayak juga yang menentukan pengaruh seperti apa yang ingin didapatkan. Teori ini menekankan pilihan orang terhadap konsumsi media untuk mengisi kebutuhan yang berbeda pada waktu yang berbeda (Griffin, 2012: 357-364).

Hasil dari studi *uses and gratification* yang sudah pernah dilakukan sebelumnya terhadap alasan seseorang menggunakan media terbagi menjadi dua hal yakni *content gratification dan process gratifications* (Stafford dan Stafford, 2004:259). *Content gratifications* yakni seseorang menggunakan media dikarenakan konten atau isi media tersebut. Tipe gratifikasi ini berpusat pada pesan media. Misalnya informasi berita, hiburan, dan lainnya. *Process gratifications* yakni seseorang menggunakan media untuk pengalaman yang didapat dari proses penggunaan media. Tipe gratifikasi ini berpusat pada penggunaan sebenarnya dari media itu sendiri. Misal bermain dengan teknologi, browsing.

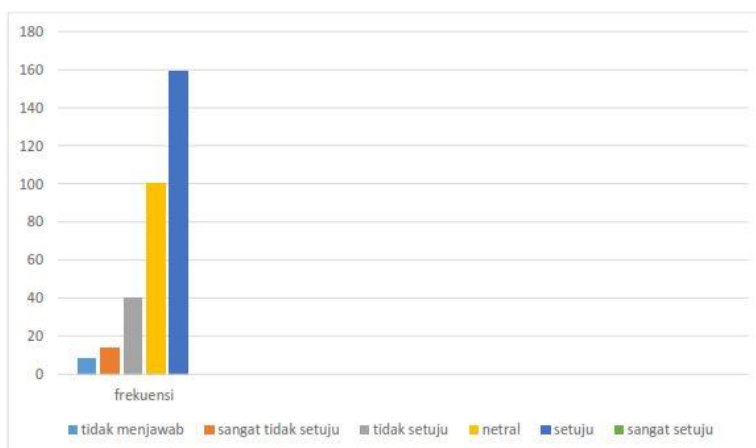
Kegemaran mahasiswa menggunakan sosial media karena fitur serta proses yang ada di dalamnya. Fitur atau berbagai kemudahan yang ditawarkan media sosial dirasa memudahkan aktivitas. Selain itu proses dengan siapa mereka

berinteraksi juga memainkan peranan penting. Kegiatan berbagi informasi, saling berbalas yang menyebabkan mahasiswa kecanduan dengan media sosial. Apalagi adanya emoticon yang semakin mudah menunjukkan ekspresi dari ekspresi yang sesungguhnya. Kehadiran media sosial yang tersambung dengan internet juga dirasa mampu mengatasi jarak untuk berinteraksi.

Tabel 1. Emoticon Sosial Media Menggambarkan Yang Ingin Disampaikan



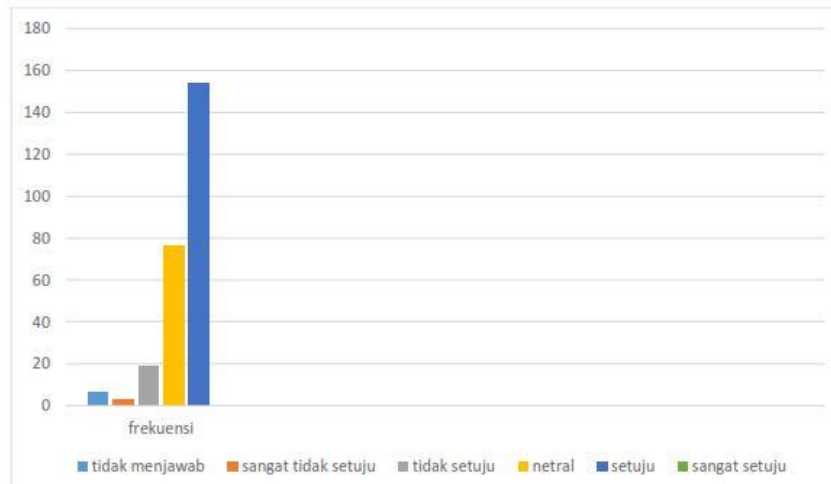
Tabel 2. Fungsi Internet Untuk Kebaruan Informasi



Mahasiswa mengakui bahwa porsi penggunaan internet mereka berlebihan. Mereka mengakui bahwa dengan selalu menggunakan media sosial, mereka merasa uptodate. Hal menarik ditemui bahwa media sosial sesungguhnya bersifat

individual, namun di lain sisi mereka setuju bahwa setiap individu menjadi lebih terbuka di media sosial.

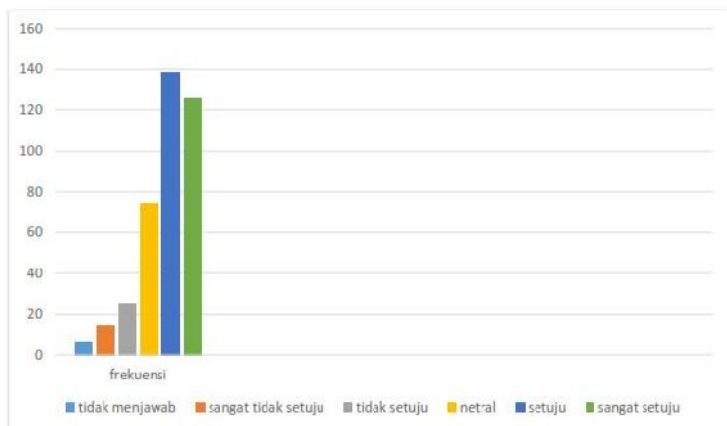
Tabel 3. Fungsi Internet Untuk Pencarian Informasi



Namun hadirnya internet yang membuat candu tersebut menjadikan mahasiswa merasa mampu mencari banyak informasi yang sifatnya rahasia, karena setiap individu mudah untuk menunjukkan semua aktivitasnya.

Menurut McKenna dan Bargh (2000) di dalam Guadagno dan Cialdini (2005), media komunikasi berbasis internet ini mempunyai tiga faktor yang membedakannya dengan media komunikasi lain, yaitu (1) Menggunakan *text based nature* saat berinteraksi, menjadikan kehadiran fisik menjadi kurang penting serta membuat individu yang berkomunikasi tidak perlu mempertimbangkan aspek *psychical appearance* saat interaksi berlangsung; (2) Faktor jarak juga tidak lagi menjadi penghalang untuk berinteraksi sehingga media ini mampu mengumpulkan orang-orang dengan minat yang sama walaupun berasal dari lokasi yang berjauhan; (3) Individu mempunyai kontrol atas waktu dan tempat saat interaksi akan dilakukan sehingga batasan melakukan pekerjaan di rumah atau di kantor menjadi samar. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa *smartphones* telah membuat setiap orang, kapan saja dapat berinteraksi dimana saja dan dengan siapa saja. Hal ini diperkuat dengan asumsi bahwa untuk mencapai 50 juta pengguna, radio memerlukan waktu 38 tahun, 13 tahun untuk televisi, 5 tahun untuk internet (Temporal&Lee, 2002:7).

Tabel 4. Komunitas Yang Sama Melalui Media Sosial



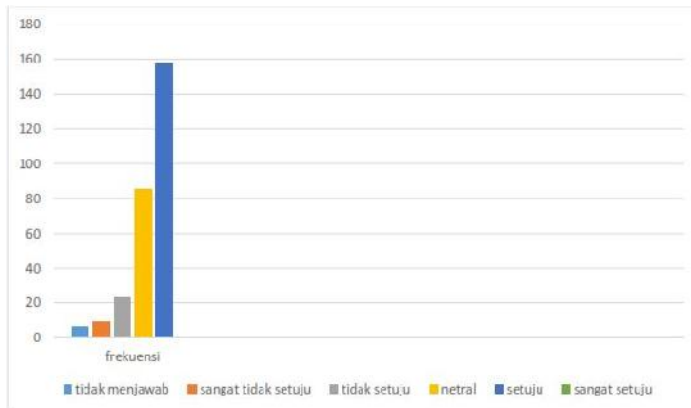
Fungsi media sosial yang tersambung dengan internet salah satunya menjadikan mahasiswa semakin menambah jaringan pertemanan. Mayoritas responden menyatakan mereka menemukan komunitas yang baru dari media sosial. Hal ini pula yang menjadikan mahasiswa tidak bisa lepas dari smartphonenya.

Salah satu bagian dari *new media* adalah “*Network Society*”. “*Network society*” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial).

Daya tarik media sosial memiliki pengaruh besar pada keinginan untuk menggunakan media sosial diikuti oleh kepuasan yang dirasakan dan berbagi informasi (Gan dan Li, 2017). Venkates dan Brown (2001 dalam Gan dan Li, 2017) menemukan bahwa penggunaan computer di rumah dimotivasi oleh kepuasan hedonic (kesenangan), kepuasan kebutuhan dan kepuasan sosial (status). Beberapa penelitian mampu mengidentifikasi tipe kepuasan yang diasosiasikan dengan media sosial. Kepuasan hedonic (waktu luang dan kasih sayang) dan kepuasan kebutuhan (akses cepat dan koordinasi) ditambahkan ketika menggunakan sosial media. Li (2015) mencatat kepuasan kebutuhan (penerimaan), kepuasan sosial (kehadiran sosial dan interaksi sosial) dan kepuasan hedonic (fantasi dan kesenangan) diperoleh dari permainan jaringan sosial. Penelitian lain (Liu, dkk, 2016) menemukan bahwa isi kepuasan (berbagi informasi, dokumentasi diri, ekspresi diri) dan kepuasan teknologi (tepat, daya tarik media dan kehadiran sosial) didapat dari penggunaan microblogging.



Tabel 5. Bagian Dari Masyarakat Digital



Ada tiga perspektif yang mengkaji tentang CMC seperti yang diungkapkan oleh Joseph Walther (1996), yakni: impersonal, interpersonal, hyperpersonal. Perspektif impersonal memandang bahwa komunikasi online kurang mendukung aspek personal karena saluran internet tidak mengakomodasi sinyal nonverbal yang dibutuhkan dalam menjalin interaksi interpersonal. Ketika kita melakukan komunikasi secara tatap muka, kita cenderung lebih banyak menggunakan bahasa nonverbal untuk berkomunikasi, seperti nada suara, raut wajah, intonasi, jarak, dsb. Namun dalam komunikasi online, kita kesulitan untuk menunjukkan tanda-tanda nonverbal tersebut.

## Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mendapat manfaat yang banyak dengan mengakses social media. Manfaat yang paling dirasakan adalah faktor jarak teratasi, merasa lebih uptodate dan banyak informasi. Selain itu mereka merasakan bertemu dengan komunitas yang sama. Adanya emoticon social media mampu menggambarkan apa yang diinginkan. Hadirnya social media juga menjadikan mereka merespon cepat dan manfaat terbesar yang dirasakan adalah memudahkan aktivitas. Mahasiswa rata rata mengakses social media 60 hingga 90 menit setiap harinya, meskipun kadang lebih lama pada kondisi tertentu.

Hadirnya internet memudahkan aktivitas, menambah komunitas, mengatasi jarak, bahkan adanya emoticon mampu menggantikan ekspresi yang

sesungguhnya. Namun hadirnya media sosial justru menjadi candu, terbukti dari akses yang berlebihan dan sering lupa waktu.

Uses gratification membahas kepuasan pengguna terkait dengan media yang dipilih. Motivasi seseorang mengkonsumsi media didasari keinginan untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Motivasi itu antara lain pelepasan ketegangan, pencarian informasi, dan bersosialisasi. Sementara computer mediated communication membahas interaksi yang terjadi melalui media baru yakni internet. Penelitian lebih lanjut diharapkan membahas pengaruhnya dengan kualitas interaksi dengan keluarga dan sesama.

### **Refrensi**

- Griffin, Em. (2012). *A First Look at Communication*. New York: Mc Graw Hill.
- McQuail, Denis. (2010). *Mcquail's Mass Communication Theory*. 5th ed. Sage Publications: London Temporal, Paul, K.C. Lee. 2001. *Hi-Tech Hi Touch Branding*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alistair G. Sutcliffe, Jens F. Binder, Robin I.M. Dunbar. (2018). *Activity in Social Media and Intimacy in Social Relationships, Computers in Human Behavior*. doi: 10.1016/j.chb.2018.03.050.
- Chunmei Gan, Hongxiu Li. (2017). *Understanding the effects of gratifications on the continuance intention to use WeChat in China: A perspective on uses and gratifications. Computers in Human Behavior* .doi: 10.1016/j.chb.2017.10.003.
- Norhabiba, Fitri. (2015). *Akses Media Baru Oleh Remaja SMA Kota Semarang dan Hubungannya Dengan Interaksi Dengan Lingkungan Sekitar Pada Siswa Kelas X SMA 5. Kota Semarang*. Jurnal Interaksi vol no 2 Juli 2015, halaman 30-40.doi.org/10.14710/interaksi,4,2,132-138
- Stafford, T. F., Stafford, M. R. and Schkade, L. L. (2004). *Determining Uses and Gratifications for the Internet*. Decision Sciences, vol 35 2000, halaman 259–288.
- Indonesia Digital Landscape Januari 2018 [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com) akses tanggal 13 Februari 2018 pukul 07.00 WIB.

Pengguna Internet di Indonesia Didominasi Anak Muda.  
<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>/akses 30 maret 2017 pukul 14.30 WIB.