

**PENGARUH MOTIF MENGGUNAKAN  
JEJARING SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP  
TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA UNTIRTA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Sarjana (S1)



Di susun oleh :

**RATNA JUWITA SARI**

NIM. 073044

**KONSENTRASI HUMAS**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

**SERANG**

**2012**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ratna Juwita Sari

NIM : 073044

Tempat Tanggal Lahir: Padang, 01 Mei 1989

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial Uji Pengaruh Motif terhadap Kepuasan yang Diperoleh pada Mahasiswa Untirta Angkatan 2008-2010 adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari Skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, Februari 2012

Ratna Juwita Sari

## LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Ratna Juwita Sari

NIM : 073044

Judul Skripsi : Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial Facebook

Uji Pengaruh Motif Menggunakan Jejaring Sosial Facebook terhadap Kepuasan yang Diperoleh pada Mahasiswa Untirta Angkatan 2008-2010

Serang, Februari 2012

Skripsi ini telah disetujui untuk diajukan

Menyetujui

Pembimbing I,



Prof. Dr. H.A. Sihabudin, M.Si  
NIP.196507042005011002

Pembimbing II,



Iman Mukhromah S.Sos., M.Si  
NIP.197502022002121002

Mengetahui

Dekan FISIP UNTIRTA



Dr. Agus Sjaafari, M.Si  
NIP.197108242005011002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Ratna Juwita Sari  
NIM : 6662073044  
Judul Skripsi : Pengaruh Motif Menggunakan Jejaring Sosial *Facebook*  
terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Untirta

Telah diuji di hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, 22-03-2012 dan dinyatakan **LULUS**

Serang, Maret 2012

Ketua Penguji

Naniek Afrilla F. S.Sos. M.Si  
NIP. 197704032003122001



Anggota

Nina Yuliana, S.Sos., M.Si  
NIP. 198106082005012001




Anggota:

Iman Mukhroman, S.Sos., M.Si  
NIP. 197502022002121002

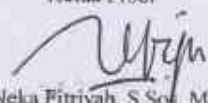


Mengetahui,

Dekan Fkip Untirta

  
Dr. Agus Sjafari, M.Si  
NIP. 197108242005011002

Ketua Prodi

  
Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si  
NIP. 197708112005012003

If you born Poor  
It's not your Mistake  
but if you die Poor  
It's your Mistake (Bill Gates)

*Orang yang tak berpengalaman  
mendapat kebodohan,  
tetapi orang yang bijak  
bermahkotakan*

*Skripsi ini ku persembahkan untuk  
kedua orang tua ku dan mereka  
yang menyayangiku*

*Better the last smile,  
than the first laughter.....*

If you born Poor  
It's not your Mistake  
but if you die Poor  
It's your Mistake (Bill Gates)

*Orang yang tak berpengalaman  
mendapat kebodohan,  
tetapi orang yang bijak  
bermahkotakan*

*Skripsi ini ku persembahkan untuk  
kedua orang tua ku dan mereka  
yang menyayangiku*

*Better the last smile,  
than the first laughter.....*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial Facebook". Pembuatan skripsi ini merupakan tugas yang harus diselesaikan dalam rangka untuk memenuhi persyaratan tugas akhir yang diadakan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Motivasi penelitian ini adalah ingin mengetahui penerapan salah satu teori Ilmu Komunikasi yang telah dipelajari. Latar belakang penelitian ini berawal pada saat melihat atau mengamati aktivitas mahasiswa di dunia maya tepatnya di jejaring sosial facebook. Alasan pemilihan topik ini adalah karena facebook merupakan situs pertemanan yang sedang populer dan banyak diminati oleh berbagai kalangan pada saat ini. Penulis lebih memilih ruang lingkup Untirta sebagai objek penelitian agar lebih efektif dan efisien terhadap topik yang diangkat. Sehingga penulis pun menyadari bahwa ada faktor-faktor yang menimbulkan motif mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial facebook. Hal utama yang menjadi kebahagiaan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah manfaat yang sangat besar terutama bagi penulis sendiri karena bidang ini adalah bidang yang menjadi minat utama penulis. Meskipun penelitian ini telah usai, penulis masih merasa bahwa banyak hal lain berkaitan dengan materi ini yang menjadi perhatian dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Terlepas daripada itu, penelitian ini adalah hasil terbaik sejauh yang telah diusahakan oleh penulis dengan penuh cinta, pengorbanan, dan hasrat.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang sudah membantu demi kelancaran proses skripsi ini baik dalam bentuk doa, motivasi, bimbingan dan sebagainya. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih, antara lain kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat M.Sc selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Bapak Dr. Agus Sjafari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Ibu Neka Fitriyah.,S.Sos.,M. Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Bapak Yoki Yusanto.,S. Sos.,M. IKom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
5. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Sihabudin, M.Si selaku Pembimbing Utama, yang dengan baik hati berkenan memberikan waktu, bimbingan, kritik, motivasi dan bantuan lainnya kepada penulis selama ini.
6. Bapak Iman Mukhroman, S.Sos.,M.Si selaku Pembimbing Pendamping, yang dengan baik hati berkenan memberikan waktu, tenaga, pengarahan, saran dan bantuan lainnya kepada penulis selama ini.
7. Seluruh staf pengajar, karyawan, dan staf administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.



8. Kedua orangtua terkasih atas semua doa, motivasi, nasihat, kesabaran dan dukungan materiil yang telah diberikan sehingga penulis dapat sampai di jenjang pendidikan ini.
9. Bernard Amos Siburian atas seluruh cinta, dukungan, pengorbanan dan perhatiannya sehingga penulis selalu yakin dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Seluruh keluarga besar atas dukungan kalian yang tidak henti-hentinya mengalir kepada penulis.
11. Indah, Udoh, Eka dan teman-teman dekat lainnya yang sedikit banyak sudah membantu penulis.
12. Seluruh teman-teman seperjuanganku program studi Ilmu Komunikasi khususnya Konsentrasi Humas angkatan 2007.
13. Seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini terimakasih untuk kerjasamanya yang baik.
14. Seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat dikatakan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat terbatasnya pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat memacu penulis untuk menjadikan yang lebih baik dikemudian hari. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa FISIP pada khususnya.

Serang, Februari  
2012

Ratna Juwita sari

## **DAFTAR ISI**

Halaman

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

## LEMBAR PERSETUJUAN

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv

## BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Identifikasi Masalah .....	
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian	
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.5.2 Manfaat Praktis .....	9

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sejarah Internet .....	11
2.1.1. Internet Saat ini.....	13
2.2. Deskripsi Teori.....	14
2.2.1. Motif.....	14
2.2.1.1. Lingkaran Motivasi.....	17
2.2.2. Mahasiswa.....	19
2.2.3. Jejaring Sosial.....	19
2.2.4. <i>Facebook</i> .....	20
2.2.5. Kepuasan .....	22
2.3. Tinjauan Teoritis .....	23
2.4. Kerangka Berpikir .....	27
2.5. Operasional Variabel .....	29
2.6. Hipotesis Penelitian.....	31
2.7. Penelitian Sebelumnya. ....	31

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian. ....	34
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.3. Teknik Sampling.....	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.4.1. Kuesioner. ....	42

3.5. Instrumen Penelitian.....	43
3.5.1. Data Primer.....	43
3.5.2. Data Sekunder.....	44
3.6. Analisis Data.....	44
3.6.1. Uji Validitas.....	45
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	48
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1. Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.....	54
4.1.2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ..	55
4.2. Deskripsi Data.....	57
4.2.1. Analisis Data Responden.....	57
4.2.2. Analisis Data Penelitian.....	63
4.3. Pengujian Koefisien Korelasi Hubungan antara Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial Facebook terhadap Kepuasan yang Diperoleh .....	91
4.4. Analisis Pengaruh Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial Facebook.....	93
4.5. Uji Hipotesis.....	97
4.6. Pembahasan.....	98

**BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan. ....	103
5.2. Saran-saran.....	4

**DAFTAR PUSTAKA**

**RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Halaman

Tabel 2.1 Operasional Variabel .....	29
--------------------------------------	----

Tabel 3.1 Data Mahasiswa .....	37
Tabel 3.2 Pengelompokan Sampel.....	41
Tabel 3.3 Skor Peringkat.....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Motif.....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan .....	47
Tabel 3.6 Hasil Uji Relibilitas Variabel Motif <i>Reliability Statistics</i> .....	48
Tabel 3.7 Hasil Uji Relibilitas Variabel Motif <i>Item-Total Statistik</i> .....	49
Tabel 3.8 Hasil Uji Relibilitas Variabel Kepuasan <i>Reliability Statistics</i> ...	50
Tabel 3.9 Hasil Uji Relibilitas Variabel Kepuasan <i>Item-Total Statistik</i> . ..	51
Tabel 3.10 Rencana Kegiatan Penelitian. ....	52
Tabel 4.1 Fakultas Responden .....	58
Tabel 4.2 Jurusan Responden. ....	59
Tabel 4.3 Angkatan Responden .....	61
Tabel 4.4 Usia Responden.....	61
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden .....	62
Tabel 4.6 Asal Daerah Responden. ....	63
Tabel 4.7 <i>Facebook</i> berhubungan dengan tugas kuliah .....	63
Tabel 4.8 <i>Facebook</i> dapat menyalurkan emosi.....	64
Tabel 4.9 <i>Facebook</i> dapat menambah pengalaman estetis .....	64

Tabel 4.10 <i>Facebook</i> dapat mempengaruhi pengambilan keputusan .....	66
Tabel 4.11 <i>Facebook</i> dapat mempengaruhi dalam bertindak .....	67
Tabel 4.12 <i>Facebook</i> berhubungan dengan pekerjaan.....	68
Tabel 4.13 <i>Facebook</i> dapat membentuk lingkungan sosial baru. ....	69
Tabel 4.14 <i>Facebook</i> dapat memperluas lingkungan sosial. ....	70
Tabel 4.15 <i>Facebook</i> dapat menjaga hubungan baik .....	71
Tabel 4.16 Menggunakan <i>facebook</i> agar lebih dikenal .....	72
Tabel 4.17 <i>Facebook</i> dapat menghilangkan stres .....	73
Tabel 4.18 <i>Facebook</i> dapat menghindari ketegangan dalam diri .....	74
Tabel 4.19 Menggunakan <i>facebook</i> hanya sekedar untuk kesenangan.....	74
Tabel 4.20 Menggunakan <i>facebook</i> hanya sekedar ikut-ikutan.....	75
Tabel 4.21 Menggunakan <i>facebook</i> karena tidak mau ketinggalan zaman	76
Tabel 4.22 <i>Facebook</i> dapat memenuhi kebutuhan informasi .....	77
Tabel 4.23 <i>Facebook</i> dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan. ....	78
Tabel 4.24 <i>Facebook</i> dapat memuaskan rasa penasaran.....	79
Tabel 4.25 Menggunakan <i>facebook</i> karena fiturnya memuaskan.....	80
Tabel 4.26 <i>Facebook</i> dapat berbagi pengalaman.....	81
Tabel 4.27 Menggunakan <i>facebook</i> untuk meningkatkan standar hidup...	82
Tabel 4.28 Menggunakan <i>facebook</i> merasa lebih percaya diri. ....	83



Tabel 4.29 Menggunakan <i>facebook</i> dapat memiliki pendapat.....	84
Tabel 4.30 <i>Facebook</i> dapat tmemenuhi peneguhan kontak. ....	85
Tabel 4.31 Menggunakan <i>facebook</i> dapat saling kontak .....	86
Tabel 4.32 Menggunakan <i>facebook</i> dapat meningkatkan daya imajinasi. .	86
Tabel 4.33 Menggunakan <i>facebook</i> dapat membuat merasa santai. ....	87
Tabel 4.34 Menggunakan <i>facebook</i> dapat terhindar dari rasa sepi. ....	88
Tabel 4.35 Menggunakan <i>facebook</i> untuk mengisi waktu luang.....	89
Tabel 4.36 Menggunakan <i>facebook</i> untuk sejenak melupakan aktivitas. .	90
Tabel 4.37 <i>Correlations</i> . ....	91
Tabel 4.38 Koefisien Korelasi.....	92
Tabel 4.39 <i>Variables Entered/Removed</i> .....	93
Tabel 4.40 <i>Model Summary</i> .....	94
Tabel 4.41 <i>Coefficients</i> .....	94
Tabel 4.42 Nilai Tingkatan Subvariabel Motif. ....	95
Tabel 4.43 Nilai Tingkatan Subvariabel Kepuasan. ....	96
Tabel 4.44 Anova. ....	97

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Kebutuhan.....	16
---------------------------------	----

Gambar 2.2 Lingkaran Motivasi .....	18
Gambar 2.3 <i>Uses and Gratifications Model</i> .....	25
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir Peneliti.....	28

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Istilah komunikasi kian hari kian populer. Begitu populernya sampai muncul berbagai macam istilah komunikasi. Ada komunikasi timbal balik, ada komunikasi tatap muka, ada komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung, komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, komunikasi dua arah dan lain sebagainya. Istilah komunikasi yang semula merupakan fenomena sosial, kemudian menjadi ilmu yang secara akademik berdisiplin mandiri, yang kini dianggap sangat penting sehubungan dengan dampak sosial yang menjadi kendala bagi kehidupan umat manusia akibat perkembangan teknologi.

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Komunikasi kemudian dapat dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan (*commonness*) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim dan penerima.<sup>1</sup> Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran.<sup>2</sup> Ilmu komunikasi, apabila diaplikasikan secara benar akan mampu mencegah dan menghilangkan konflik antarpribadi, antarkelompok, antarsuku, antarbangsa, ataupun antarras.

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Manusia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain akan terisolasi dari masyarakatnya. Pengaruh

---

<sup>1</sup> Terence A. Shimp. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga. 2003. hal 162

<sup>2</sup> Wiryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana, 2004. hal 5

keterisolasian ini akan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Dalam kehidupan sehari-hari kita selalu menemukan peristiwa komunikasi di manapun. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak akan pernah bisa lepas dari peranan yang lain, baik itu sesama manusia maupun alam. Manusia akan terus mencari cara agar dapat berinteraksi secara luas. Letak geografis, perbedaan budaya tidak membuat manusia berhenti berinovasi untuk tetap bisa berinteraksi.

Semakin hari teknologi informasi atau teknologi komunikasi semakin berkembang pesat. Teknologi komunikasi adalah teknologi yang berhubungan dengan komunikasi jarak jauh.<sup>3</sup> Teknologi inilah yang memungkinkan seseorang dapat mengirimkan informasi atau menerima informasi ke atau dari pihak lain yang letaknya berjauhan. Teknologi ini membuat jarak seperti tak ada lagi, ratusan atau bahkan ribuan kilometer bukanlah menjadi hambatan untuk berkomunikasi secara online karena kehadiran teknologi informasi tersebut.

Informasi adalah suatu istilah untuk merujuk kepada apa yang kita sebut pertunjukan pesan dan sering digunakan untuk merujuk kepada nilai keuntungan dan kerugian, evaluasi dunia kerja dan pendapat pribadi yang dinyatakan dalam surat dan memo, laporan teknis dan data.<sup>4</sup> Dimulai dengan internet sebagai

---

<sup>3</sup> Abdul Kadir dan Terra CH. Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi. 2005. hal 366

<sup>4</sup> Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo. 2005. halaman 74

lahannya manusia menemukan cara baru berkomunikasi jarak jauh dan menciptakan penyajian informasi dengan mudah. Internet adalah jaringan komputer yang saling berhubungan yang terdapat di seluruh dunia yang memungkinkan transfer informasi secara elektronik.<sup>5</sup> Pertumbuhan internet adalah salah satu implementasi jaringan terbesar di dunia, yang memungkinkan segala informasi yang ada di dunia didapatkan dengan mudah.<sup>6</sup>

Saat awal-awal berkembangnya teknologi internet, *e-mail* merupakan teknologi yang dirasakan sangat signifikan merubah cara orang-orang untuk berkorespondensi dan berinteraksi. Internet sebenarnya merupakan contoh sebuah jaringan komputer. Jaringan ini menghubungkan jutaan komputer yang tersebar di seluruh dunia dan yang menarik, siapa pun dapat terhubung ke dalam jaringan ini. Selain keuntungan positif untuk mendapatkan informasi internet juga membawa dampak negatif antara lain, kemudahan orang untuk menjiplak karya orang lain, kejahatan penggunaan kartu kredit, perusakan sistem melalui virus, bahkan penayangan pornografi.

Bahkan beberapa waktu lalu tepatnya Februari 2010 kita digemparkan dengan kasus penculikan Marietha Novatriani remaja 14 tahun yang dilakukan oleh Arie Power teman baru di *Facebook*nya. Nova diculik dari rumah saudaranya di Bumi Serpong Damai Tangerang setelah ada percakapan melalui telepon

---

<sup>5</sup> Terence A. Shimp. *Op.Cit.* halaman 541

<sup>6</sup> Abdul Kadir dan Terra CH. Triwahyuni. *Op. Cit.* halaman 416

dengan pelaku. Kemudian keluarga Nova melaporkan hal ini ke Polsek Tangerang.<sup>7</sup>

Internet termasuk ke dalam media konvergensi. Pada tahun 1970 kata konvergensi digunakan dengan merujuk pada banyak hal lain, terutama apa yang dinamakan Alan Stone sebuah perkawinan yang dilangsungkan di surga antara komputer, juga pasangan dalam perkawinan-perkawinan yang lain, dan telekomunikasi. Kata “konvergensi” selanjutnya digunakan baik untuk organisasi maupun untuk proses, terutama sekali bersatunya industri media dan telekomunikasi.<sup>8</sup>

Dengan gelombang internet teknologi terdapat suatu fenomena yang cukup menarik, yaitu situs jejaring sosial (*Social Networking Website*). Internet memang bisa dibilang tidak ada matinya, dan orang pada zaman sekarang pun sepertinya semakin ketergantungan dengan perangkat canggih yang satu ini. Hanya dalam waktu yang tak terlalu lama, internet bisa dibilang telah berulang-ulang kali menghebohkan peradaban kita.

Dari semenjak *email gratis*, *friendster*, *blog* dan sekarang *facebook*. *facebook* bisa dibilang tengah menjadi primadona di dunia internet pada masa sekarang ini. Jutaan orang terhubung oleh situs jejaring ini, dan setiap hari mereka berinteraksi, menjalin persahabatan, mencari dan mendapatkan kawan baru. Orang di belahan dunia manapun kini dapat dipertemukan dan dipersatukan oleh

---

<sup>7</sup> Lukas Gentara, 2010. *Kasus Penyalahgunaan Facebook pada Remaja*, (Online). (<http://www.gen22.net/2010/02/kasus-penyalahgunaan-facebook-pada.html>, diakses 15 Desember 2011)

<sup>8</sup> Asa Briggs dan Peter Burke. *Sejarah Sosial Media dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2006. hal 326

*facebook*. Berbeda dengan situs-situs jejaring sosial lainnya, *facebook* bisa dikatakan istimewa, karena situs jejaring sosial yang satu ini memiliki fitur-fitur yang bisa dibilang unik, komplis dan dibutuhkan oleh banyak orang dimanapun.

Dengan menggunakan *facebook*, orang dapat mencari teman lamanya, menemukan kembali sahabat yang telah lama tidak bertemu, ataupun mempererat kembali hubungan saudara yang berjauhan. Jika selama ini kita berkomunikasi hanya satu arah saja, namun dengan *facebook* kita bisa berkomunikasi dengan orang banyak sekaligus. Hebatnya lagi kita bisa mengadakan rapat dengan banyak orang sekaligus tanpa berkumpul dalam ruang rapat. Lebih dari itu, *facebook* juga mendekatkan hubungan masing-masing orang karena dengan aplikasinya yang praktis, orang dapat meng-*update* statusnya sehingga orang lain dapat mengetahui keadaan seseorang meskipun jarak mereka berjauhan.

Dengan segala kelebihan dan keistimewaan semacam ini, tidak heran kalau kemudian ada begitu banyak orang di dunia yang dilanda demam *facebook*. Di Indonesia saja, ada sekitar tiga juta orang yang terhubung dengan *facebook*, dan jumlah ini akan terus bertambah dan terus bertambah.<sup>9</sup>

Pengguna *facebook* tidak hanya kalangan muda atau anak-anak remaja, tetapi juga para orang tua, bahkan para politikus sekalipun. Ada begitu banyak tokoh politik yang menggunakan sarana dan fasilitas *facebook* untuk dapat mendekatkan dirinya dengan para simpatisannya. Pada hari ini, siapa yang tidak mengenal *facebook*? Situs jejaring sosial yang satu ini telah menjadi situs paling populer, paling terkenal, sekaligus paling digunakan oleh "masyarakat internet" di

---

<sup>9</sup> Tim Perfect Com. *Tutorial Praktis Menggunakan Facebook*. Surabaya: Indah Surabaya. 2011. hal 8

dunia. Ada jutaan orang yang berkumpul di situs yang satu ini, menjalin hubungan pertemanan, persahabatan ataupun saling berkenalan. Di Indonesia saja tercatat jumlah sekitar 56 juta orang menggunakan *facebook*.<sup>10</sup>

Menurut statistik internet, *facebook* adalah salah satu situs yang paling banyak dikunjungi selain *google*, *yahoo*, dan *friendster*. Booming *facebook* di Indonesia sudah cukup lama, yaitu sejak pertama kali *facebook* ini diluncurkan sebagai salah satu *website* penyedia jasa layanan sosial. Ketika diluncurkan jejaring sosial *facebook* ini memang bukan dengan tujuan untuk meraih pengguna internet terbanyak, tapi hanya sekedar untuk memberikan pilihan alternatif tentang jejaring sosial kepada pengguna internet. Namun sekitar 2 tahun terakhir inilah, pengguna *facebook* di Indonesia mulai meningkat. Peningkatan ini merupakan satu bukti bahwa *website* ini mulai digemari para pengguna internet. Banyak orang beralih total ke *facebook* dikarenakan kelebihan-kelebihan dalam *facebook* yang tidak terdapat dalam web sejenis lainnya.

Memang dari segi tampilan, *facebook* masih kalah. Kita bisa membandingkan tampilan dari *friendster* yang terlihat lebih indah dan menarik. Hal yang lebih mengesankan di *facebook* ini, adalah seluruhnya tampil berdasarkan nama asli kita atau *email* kita, walaupun *email* itu tidak menjadi sarana untuk melakukan konfirmasi terhadap permohonan yang muncul kepada kita. Sehingga wajar bila akhirnya di *facebook* kita bisa kembali bertemu dengan teman atau sahabat lama, teman kantor, teman sekolah atau teman kuliah. Bahkan tidak

---

<sup>10</sup> Ibid. hal 9



jarang pula melalui *facebook* ini kita bisa mulai menjalin bisnis dengan seseorang, atau memulai untuk melakukan satu kegiatan berdasarkan kelompok yang kita miliki. Para pengguna *facebook* sendiri tidak begitu memperdulikan soal tampilan di profil, tapi lebih kepada menambah jaringan pertemanan. Pada akhirnya *facebook* dapat mempererat kembali silaturahmi yang dulu sempat terputus.

### **1.2 Perumusan Masalah**

Fokus dari kajian ini meliputi pembahasan "Bagaimana motif menggunakan jejaring sosial *facebook* dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa Untirta?". Dengan demikian ruang lingkup penelitian ini menyangkut dua variabel yaitu motif mahasiswa Untirta dan kepuasan setelah menggunakan *facebook*.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pembahasan masalah yang telah diuraikan di atas, guna keperluan implementasi penelitian, maka secara operasional dapat diajukan identifikasi masalahnya yaitu :

1. Bagaimana motif mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial *facebook*?
2. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi motif tertinggi mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial *facebook*?
3. Bagaimana kepuasan mahasiswa Untirta setelah menggunakan jejaring sosial *facebook*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk melakukan pengkajian secara mendalam tentang motif mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial *facebook*.

Sedangkan tujuan yang hendak dicapai yaitu:

1. Ingin mengetahui motif mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial *facebook*.
2. Ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motif tertinggi mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial *facebook*.
3. Ingin mengetahui kepuasan mahasiswa Untirta setelah menggunakan jejaring sosial *facebook*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam kajian media online.

### **1.5.2. Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan lebih kepada pembaca, pengguna facebook, dan peneliti mengenai penggunaan media online.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Perkembangan dunia maya atau internet (*inter-network*) sekarang semakin berkembang, banyak pemuda, pelajar, pebisnis, presiden, bahkan parlemen-parlemen di pemerintahan sebuah negara mengatur pemerintahannya melalui jalur internet. Jumlah pengguna yang mencapai ratusan juta membuat internet menjadi

budaya di berbagai negara.<sup>11</sup> Internet merupakan jaringan besar yang dibentuk oleh interkoneksi jaringan komputer tunggal di seluruh dunia, lewat saluran telepon, satelit dan sistem telekomunikasi lainnya.<sup>12</sup>

Internet juga dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif. Selain itu internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya.<sup>13</sup> Manfaat internet terutama diperoleh melalui kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu. Untuk lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia, sudah waktunya para profesional Indonesia memanfaatkan jaringan internet dan menjadi bagian dari masyarakat informasi dunia.

## 2.1 Sejarah Internet

Sejarah internet dimulai pada 1969 ketika Departemen Pertahanan Amerika, *U.S. Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA) memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana cara menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk jaringan organik. Program riset ini dikenal dengan nama ARPANET.<sup>14</sup> Pada 1970, sudah lebih dari 10 komputer yang berhasil

---

<sup>11</sup>Justin Tadlock. 2008. *Perkembangan Internet*. (Online), <http://i3ndr4.blogdetik.com/2008/08/02/perkembangan-internet/>

<sup>12</sup>Riyeke Ustadiyanto dan Silvia Ratna. *Internet Marketing*. Yogyakarta: 2002, hal 3

<sup>13</sup>Mastergomaster. 2010. *Perkembangan Internet dan Manfaat dari Internet*. (Online). (<http://mastergomaster.com/sejarah-internet-dunia/perkembangan-internet-dan-manfaat-dari-internet/>)

<sup>14</sup>Yudhi'm. 2008. *Sejarah. Internet*. (Online), (<http://yudhim.blogspot.com/2008/02/sejarah-internet.html>), diakses 16 Desember 2011)

dihubungkan satu sama lain sehingga mereka bisa saling berkomunikasi dan membentuk sebuah jaringan. Tahun 1972, Roy Tomlinson berhasil menyempurnakan program *e-mail* yang ia ciptakan setahun yang lalu untuk ARPANET. Program *e-mail* ini begitu mudah sehingga langsung menjadi populer. Pada tahun yang sama, icon @ juga diperkenalkan sebagai lambang penting yang menunjukkan "at" atau "pada".

Tahun 1973, jaringan komputer ARPANET mulai dikembangkan ke luar Amerika Serikat. Komputer *University College* di London merupakan komputer pertama yang ada di luar Amerika yang menjadi anggota jaringan ARPANET. Pada tahun yang sama, dua orang ahli komputer yakni Vinton Cerf dan Bob Kahn mempresentasikan sebuah gagasan yang lebih besar, yang menjadi cikal bakal pemikiran internet. Ide ini dipresentasikan untuk pertama kalinya di Universitas Sussex.

Hari bersejarah berikutnya adalah tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris berhasil mengirimkan *e-mail* dari *Royal Signals and Radar Establishment* di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang bergabung di ARPANET membentuk sebuah jaringan atau *network*. Pada 1979 Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve Bellovin menciptakan *newsgroups* pertama yang diberi nama USENET. Tahun 1981 France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telepon televisi pertama, dimana orang bisa saling menelepon sambil berhubungan dengan *video link*. Karena komputer yang membentuk jaringan

semakin hari semakin banyak, maka dibutuhkan sebuah protokol resmi yang diakui oleh semua jaringan.

Pada tahun 1982 dibentuk *Transmission Control Protocol* atau TCP dan Internet Protokol atau IP yang kita kenal semua. Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer tandingan yang dikenal dengan Eunet, yang menyediakan jasa jaringan komputer di negara-negara Belanda, Inggris, Denmark dan Swedia. Jaringan Eunet menyediakan jasa *e-mail* dan *newsgroup* USENET.

Untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada, maka pada tahun

1984 diperkenalkan sistem nama domain, yang kini kita kenal dengan DNS atau *Domain Name System*. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Pada 1987 jumlah komputer yang tersambung ke jaringan melonjak 10 kali lipat menjadi 10.000 lebih. Tahun 1988, Jarko Oikarinen dari Finland menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau *Internet Relay Chat*.

Setahun kemudian jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun. Tidak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk sebuah jaringan. Tahun 1992 komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah *surfing the internet*. Tahun 1994 situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman, dan untuk pertama kalinya *virtual-shopping* atau *e-retail* muncul di internet. Dunia langsung berubah. Pada tahun yang sama Yahoo! didirikan, yang juga sekaligus kelahiran Netscap Navigator 1.0. Internet terus

mengalami pertumbuhan yang sangat pesat baik dalam hal jumlah pemakai, jumlah komputer, maupun jumlah jaringan yang tersambung.<sup>15</sup>

### **2.1.1 Internet Saat Ini**

Tahun 1989 Timothy Berners-Lee, ahli komputer dari Inggris menciptakan *World Wide Web* yaitu semacam program yang memungkinkan suara, gambar, film, musik ditampilkan dalam internet.<sup>16</sup> Oleh karena penemuan inilah internet menjadi lebih menarik tampilannya dan sangat bervariasi. Dahulu internet hanya dapat digunakan oleh kalangan tertentu dan dengan komponen tertentu saja. Tetapi saat ini orang yang berada dirumah pun bisa terhubung ke internet dengan menggunakan modem dan jaringan telepon.

Selain itu, Internet banyak digunakan oleh perusahaan, lembaga pendidikan, lembaga pemerintahan, lembaga militer di seluruh dunia untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Di samping manfaat-manfaat positif di atas, internet juga memiliki efek negatif. Salah satunya adalah terlalu bebasnya informasi yang tersedia di internet, sehingga memungkinkan anak di bawah umur melihat berbagai hal yang kurang baik.

## **2.2 Deskripsi Teori**

---

<sup>15</sup> Riyeko Ustadiyanto dan Silvia Ratna Ariani *Op Cit.* hal 4

<sup>16</sup> Dian Sidik. *Sejarah Perkembangan Internet* (Online), (<http://diansidik.wordpress.com/diakses> 14 Agustus 2011)

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communico* yang berarti membagi. Komunikasi dalam bahasa Inggris dikenal dua macam: communication dan communications. Communication adalah proses pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti, sedangkan communications adalah proses komunikasi yang menggunakan alat-alat mekanis, yang biasa disebut media masaa. Berdasarkan pengertian tersebut, maka komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan media massa.<sup>17</sup>

### 2.2.1 Motif

Motif berasal dari bahasa Latin *Movere* yang berarti bergerak atau *to move* (Branca, 1964).<sup>18</sup> Karena itu motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat.

Motif menunjuk hubungan sistematik antara suatu respon atau suatu himpunan respon dengan keadaan dorongan tertentu.<sup>19</sup> Motif sebagai pendorong pada umumnya tidak berdiri sendiri, tetapi saling kait mengait dengan faktor-faktor lain. Motif juga merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.<sup>20</sup> Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Motif juga disebut tingkah laku refleks yang berlangsung secara otomatis

---

<sup>17</sup> Mohammad Shoelhi. *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2009, hal 2

<sup>18</sup> Bimo Walgito. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi. 2004, hal 220

<sup>19</sup> Abu Ahmadi. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002, hal 191

<sup>20</sup> Gerungan. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama 2004, hal 151

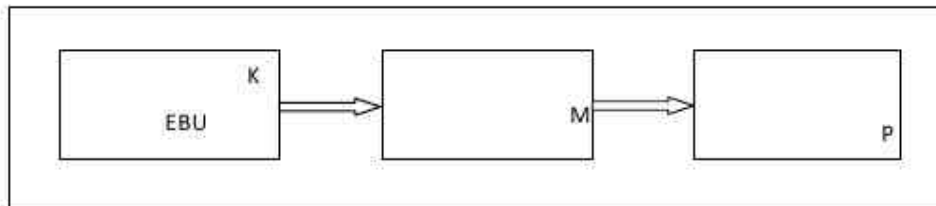


dan mempunyai maksud-maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi diri manusia. Hal-hal yang dapat mempengaruhi motif disebut motifasi.

Motifasi merupakan keadaan dalam diri individu yang mendorong perilaku ke arah tujuan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa motivasi itu mempunyai tiga aspek, yang pertama yaitu keadaan terdorong dalam diri organisme (*a driving state*) adalah kesiapan bergerak karena kebutuhan misalnya kebutuhan jasmani, karena keadaan lingkungan, atau karena keadaan mental seperti berpikir dan ingatan. Kedua, perilaku yang timbul dan terarah karena suatu keadaan. Ketiga, *goal* atau tujuan yang dituju oleh perilaku tersebut. Motif timbul karena adanya kebutuhan atau *need*, dan kebutuhan ini dapat diartikan menjadi berbagai macam. Pertama, satu kekurangan universal di kalangan umat manusia dan musnah bila kekurangan itu tidak tercukupi.

Kedua, satu kekurangan universal di kalangan umat manusia yang dapat membantu dan membawa kebahagiaan pada manusia yang dapat membantu dan membawa kebahagiaan pada manusia bila kekurangan itu terpenuhi, walaupun hal itu tidak terlalu esensial terhadap kelangsungan hidup umat manusia. Ketiga, sebuah kekurangan yang dapat dipenuhi secara wajar dengan berbagai benda lainnya apabila benda khusus yang diinginkan tidak dapat diperoleh. Keempat, kebutuhan dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu dan ini menuntut segera pemenuhannya untuk segera mendapatkan keseimbangan.

Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. Sehingga kalau digambarkan prosesnya sebagai berikut:<sup>21</sup>



Gambar 2.1 Model kebutuhan

Jika dihubungkan dengan penelitian yang sedang diteliti maka dapat diartikan bahwa setiap khalayak dalam menggunakan media internet melalui jejaring sosial *facebook* yang disuguhkan, didasari oleh motif atau alasan penggunaan untuk memenuhi kebutuhan pribadi masing-masing, dan motif yang timbul pada tiap individu itu bermacam-macam serta berhubungan pada masing-masing tujuan pengguna internet.

Kebutuhan itu disebut sebagai motif-motif dalam diri individu, sehingga mendorong untuk bersikap menggunakan media tertentu. Artinya, dari penggunaan media tersebut individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan atau motif yang mempengaruhinya. Suatu hal yang penting yang berkaitan dengan motif ini ialah bahwa motif itu tidak dapat diamati secara langsung. Tetapi motif dapat diketahui atau terinferensi dari perilaku, yaitu apa yang dikatakan dan apa yang diperbuat seseorang. Motif juga membantu seseorang untuk mengadakan prediksi tentang perilaku. Apabila orang dapat menyimpulkan motif dari perilaku seseorang dan kesimpulan tersebut benar, maka orang dapat memprediksi tentang

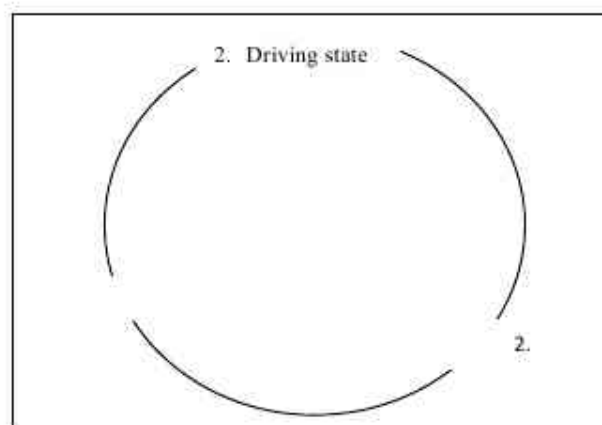
<sup>21</sup> Abu Ahmadi, Op.Cit. halaman 193

apa yang akan diperbuat oleh orang yang bersangkutan dalam waktu yang akan datang. Dalam situasi masalah seseorang menghadapi berbagai macam rintangan dalam upayanya mencapai sesuatu (tujuan) yang diinginkan. Proses dan besarnya upaya seseorang untuk mengatasi rintangan-rintangan agar dapat mencapai tujuannya menggambarkan besar motivasinya.<sup>22</sup>

### 2.2.1.1 Lingkaran Motivasi

Pada umumnya motivasi mempunyai sifat siklus (melingkar), yaitu motivasi timbul, memicu perilaku tertuju kepada tujuan (*goal*), dan akhirnya setelah tujuan (*goal*) tercapai, motivasi itu berhenti. Tetapi itu akan kembali ke keadaan semula apabila ada sesuatu kebutuhan lagi.

Siklus tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Lingkaran motivasi

<sup>22</sup> Ashar Sunyoto Munandar, *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia, 2001. halaman 320

Pada tahap pertama timbulnya keadaan pemicu (*driving state*). Istilah *drive* dorongan atau picu biasanya digunakan bila motif yang timbul itu berdasarkan kebutuhan biologis atau fisiologis. *Drive* ini timbul karena organisme itu merasa ada kekurangan dalam kebutuhan (*needs*). *Drive* juga bisa timbul karena pengaruh stimulus luar. Tujuan yang bersifat positif merupakan hal yang ingin dicapai, dan individu atau organisme berusaha untuk mencapainya. Namun sebaliknya, ada tujuan yang bersifat negatif, yaitu tujuan yang ingin dihindari oleh organisme, ataupun dijauhi. Dengan demikian jelaslah bahwa motif-motif manusia mempunyai peranan sangat besar dalam kegiatan-kegiatannya, dan merupakan latarbelakang tindak tanduknya.

### 2.2.2 Mahasiswa

Mahasiswa merupakan anggota masyarakat yang mempunyai ciri-ciri tertentu antara lain (Kartono, 1985):<sup>23</sup>

1. Mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk belajar di perguruan tinggi, sehingga dapat digolongkan sebagai kaum intelegensia.
2. Yang karena kesempatan di atas diharapkan nantinya dapat bertindak sebagai pemimpin yang mampu dan terampil, baik sebagai pemimpin masyarakat ataupun dalam dunia kerja.

---

<sup>23</sup> Ade Rahmawati Siregar. 2006. *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau dari Pola Asuh*. Skripsi tidak diterbitkan. Medan: Fakultas Kedokteran USU.

3. Diharapkan dapat menjadi “daya penggerak yang dinamis bagi proses modernisasi”
4. Diharapkan dapat memasuki dunia kerja sebagai tenaga yang berkualitas dan professional.

### **2.2.3 Jejaring sosial**

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954. Jejaring sosial dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll.

Istilah lain dari situs jejaring sosial adalah situs pertemanan, dengan situs pertemanan ini bisa mencari dan mendapatkan banyak teman jika telah terdaftar dalam situs pertemanan tersebut. Situs pertemanan ini menggunakan jaringan internet sehingga tentu saja penggunaanya bisa dari berbagai daerah, baik dalam negeri maupun luar negeri. Jejaring sosial sebenarnya bentuk baru komunitas di internet yang saling terhubung dengan cepat. Ini berbeda dengan jejaring sosial lima tahun yang lalu yang mungkin lebih dikenal sebagai forum diskusi, *chat*, dan *messenger* dimana pola komunikasinya terbatas hanya dalam forum tersebut saja. Atau kalau mau lebih jauh, bentuk *mailing list* sebagai cikal bakal komunitas internet yang sudah lama digunakan. Disebut jejaring karena kemampuannya

untuk saling terhubung dengan cepat antara satu domain komunitas dengan komunitas lainnya.

#### **2.2.4 Facebook**

Sampai saat ini, belum ada data yang valid terkait apa sebenarnya arti kata *facebook*. Kata *facebook* sendiri apabila diartikan ke dalam bahasa Indonesia bermakna “muka buku” atau “wajah buku”, sebuah kata ambigu. Pendiri situs ini pun belum memberikan informasi yang lengkap terkait makna dibalik kata *facebook* itu sendiri.<sup>24</sup> *Facebook* adalah situs web jaringan sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, awalnya hanya untuk lingkungan sendiri yang digunakan untuk komunikasi antar mahasiswa lulusan Harvard dan mantan murid Ardsley High School.

Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya. Tetapi karena para mahasiswa tersebut mempunyai teman lain dan mengajak teman-temannya juga bergabung sehingga anggotanya hampir seluruh mahasiswa sedunia.

Selanjutnya dikembangkan pula jaringan untuk sekolah-sekolah tingkat atas dan beberapa perusahaan besar. Sejak 11 September 2006, orang dengan alamat surat-e apa pun dapat mendaftar di *facebook*. Pengguna dapat memilih

---

<sup>24</sup> Idavaz. 2011. *Definisi Facebook*, (Online), (<http://www.idafazz.com/pengertian-facebook.php>, diakses 3 Agustus 2011).

untuk bergabung dengan satu atau lebih jaringan yang tersedia, seperti berdasarkan sekolah tingkat atas, tempat kerja, atau wilayah geografis. Hingga Juli 2007, situs ini memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih dari 34 juta anggota aktif yang dimilikinya dari seluruh dunia.<sup>25</sup> Dari September 2006 hingga September 2007, peringkatnya naik dari posisi ke-60 ke posisi ke-7 situs paling banyak dikunjungi, dan merupakan situs nomor satu untuk foto di Amerika Serikat, mengungguli situs publik lain seperti *flickr*, dengan 8,5 juta foto dimuat setiap harinya. Dewasa ini penggunaan situs jejaring sosial sebagai media berinteraksi sosial secara *online* sudah begitu meluas bahkan mendunia.

Banyak manfaat yang bisa diperoleh dengan bergabung dalam situs jejaring sosial seperti *facebook* diantaranya, dapat berkoneksi dengan teman, baik itu teman baru atau lama, keluarga, dll tanpa terhalang oleh jarak tempat. Selain itu, kita juga bisa memanfaatkan banyak fitur hiburan yang tersedia secara gratis. Diantaranya *quiz*, *games*, *chat*, dan masih banyak yang lainnya. Game yang menjadi favorit *facebooker* diantaranya Texas Hold'em Poker (Zynga Poker), Farmville, dll. Tampilan *facebook* lebih simpel dibanding situs jaringan sosial lainnya yang lebih menonjolkan grafis seperti *friendster*, *myspace*, dan lain lain. Aplikasi di *facebook* tidak kalah menarik dengan aplikasi situs jaringan sosial lainnya. Menu lebih lengkap dan mudah untuk dimengerti sehingga memudahkan para pengguna *facebook* yang masih pemula (*newbie*).

---

<sup>25</sup>Ade Zaldi. 2009. *Pengertian Facebook*, (Online), (<http://id.shvoong.com/internet-and-technologies/websites/1918499-pengertian-facebook/>, 3 Agustus 2011).

Melalui *facebook* kita dapat mengetahui siapa-siapa saja teman kita yang sedang *online* dan terdapat fasilitas *chatting online*, sehingga pengguna dapat melakukan *chating* secara langsung dengan pengguna lainnya yang sedang *online*. Dalam hal *translate* bahasa, *facebook* nomor satu karena *Facebook* menyediakan layanan *translate* bahasa-bahasa yang lebih lengkap. Info-info *Facebook* lebih lengkap seperti lowongan pekerjaan, universitas, dll. Begitu juga dengan keamanan *account* yang terjamin.

### 2.2.5 Kepuasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “kepuasan” berasal dari kata puas yang memiliki arti merasa senang (lega, gembira, kenyang dan sebagainya karena sudah terpenuhi hasrat hatinya), lebih dari cukup, jemu.

Sehingga kepuasan diartikan sebagai perihal (yang bersifat) puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya.<sup>26</sup>

### 2.3 Tinjauan Teoritis

Penelitian ini menggunakan *uses and gratifications model* (Model kegunaan dan kepuasan). Model ini merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan

---

<sup>26</sup> Tim Penyusun. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Balai Pustaka. 2005. hal 902



media untuk memenuhi kebutuhannya.<sup>27</sup> Katz, Blumler dan Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *uses and gratifications*, yaitu:<sup>28</sup>

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 pemilihan 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 *cultural* dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Model *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan.

Menurut Littlejohn dalam Rachmat Pendekatan *uses and gratifications* mengasumsikan *audience* merupakan khalayak aktif dan mengarah pada satu tujuan. Media hanyalah dianggap sebagai salah satu cara untuk memenuhi

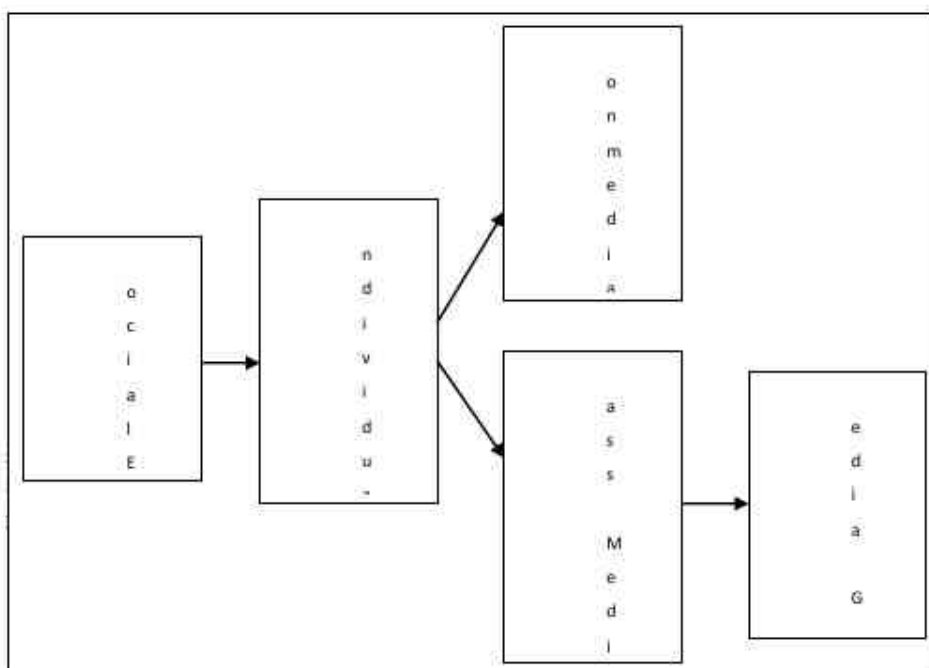
---

<sup>27</sup> Elvinaro Ardianto. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007. hal 73

<sup>28</sup> *Ibid.*, hal 74

kebutuhannya dan individu dapat saja memenuhi kebutuhannya itu melalui media atau cara lain.<sup>29</sup> Dengan kata lain, penggunaan media oleh khalayak diasumsikan sebagai sebuah perilaku aktif dimana khalayak dengan sadar memilih dan mengkonsumsi media tertentu. Penelitian tentang teori *uses and gratifications* sebetulnya sudah dimulai sejak tahun 1940an ketika para peneliti tertarik untuk mengetahui mengapa *audience* memiliki pola penggunaan media yang berbeda-beda.

Benang merah tentang penerapan teori *uses and gratifications* dalam media ini diungkapkan oleh Williams, Phillips, & Lum pada tahun 1985 bahwa setiap peneliti ingin mengetahui apakah media baru bisa memenuhi kebutuhan khalayak yang sama dengan media konvensional yang telah diuji sebelumnya. Ruggiero yang dikutip dalam Onong menganggap bahwa dengan banyak pilihan media di masyarakat maka perlu diteliti alasan khalayak untuk terus mengkonsumsi media tertentu dan gratifikasi apa yang mereka dapatkan dari penggunaan media itu.<sup>30</sup>



### Gambar 2.3 *Uses and Gratifications Model*

Model *uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Model ini bermula dari lingkungan sosial yang menentukan kebutuhan-kebutuhan kita yang terdiri dari karakter demografi, afiliasi kelompok, dan karakteristik pribadi. Kebutuhan khalayak dikategorikan ke dalam kebutuhan-kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, dan pelarian. Dalam kaitannya dengan menggunakan media, berbagai jenis kebutuhan itu dikategorikan sebagai berikut:<sup>31</sup>

#### 1. *Cognitive Needs* (Kebutuhan Kognitif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidikan kita.

#### 2. *Affective Needs* (Kebutuhan Afektif)

---

<sup>31</sup> Ibid. hal 294

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional.

### 3. *Personal Integrative Needs* (Kebutuhan Pribadi secara Integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Kebutuhan-kebutuhan itu berasal dari dorongan akan harga diri (self esteem).

### 4. *Social Integrative Needs* (Kebutuhan Sosial secara Integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

### 5. *Escapist Needs* (Kebutuhan Pelepasan)

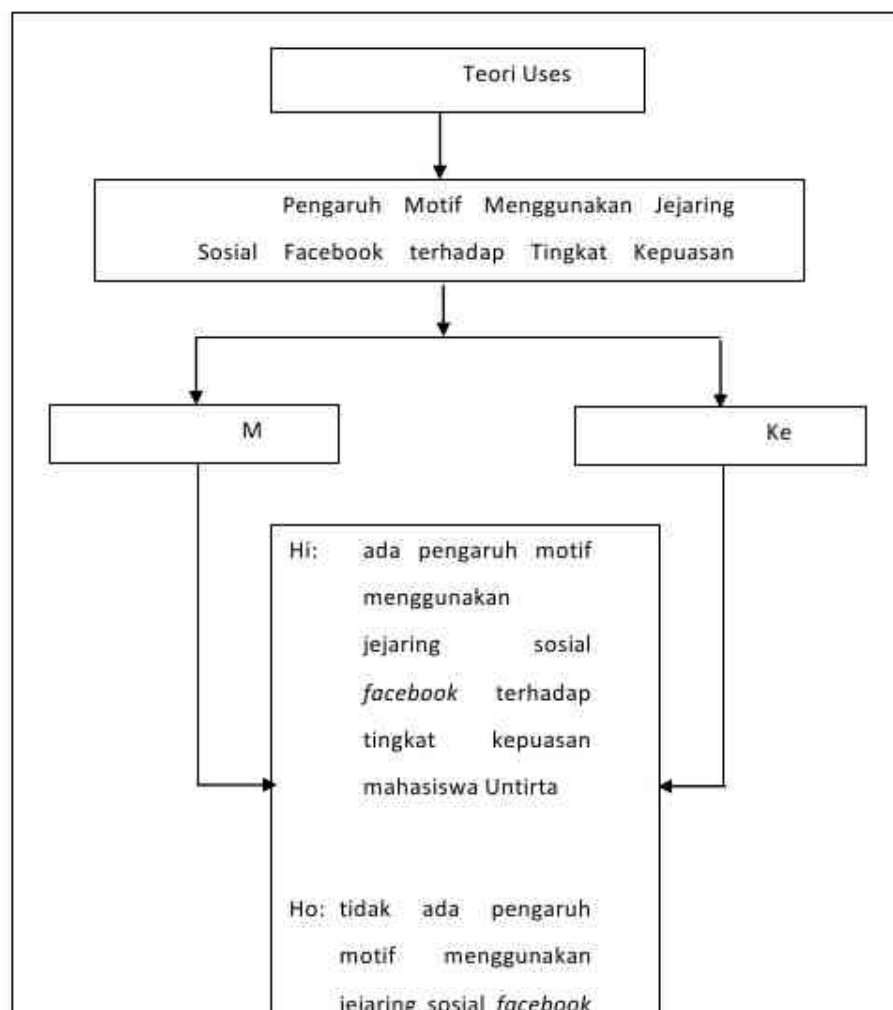
Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, hasrat akan keanekaragaman, dan dorongan untuk mencari hiburan.

Sedangkan untuk sumber kepuasan yang berasal dari kebutuhan non media adalah dari keluarga, teman, komunikasi interpersonal, hobi, tidur, dll. Media massa yang dapat digunakan antara lain seperti koran, radio, TV, film, dsb. Penggunaan media dalam hubungannya dengan pemuasan kebutuhan-kebutuhan itu meliputi jenis media dan isi media yang dikonsumsi, terpaan media, dan konteks sosial dari terpaan media. Kemudian kebutuhan-kebutuhan yang dapat terpenuhi oleh terpaan media menunjukkan sebagai gratifikasi media atau fungsi media.

## **2.4 Kerangka Berpikir**

Berdasarkan uraian teori yang telah dikemukakan maka yang menjadi kerangka berpikir peneliti yaitu adanya motif dalam diri manusia mendorong terbentuknya situs jejaring sosial. Jejaring sosial tersebut diciptakan berdasarkan pada fungsi dan kegunaan media (*uses and gratifications*). Kemudian diciptakanlah *facebook* yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan manusia.

Gambar 2.4 Kerangka berpikir peneliti



## 2.5 Operasional Variabel

Soehartono mengemukakan “definisi operasional menyatakan bahwa bagaimana operasi atau kegiatan yang harus dilakukan untuk memperoleh data atau indikator yang menunjukkan konsep yang dimaksud”.<sup>32</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu bebas (independen) dan variabel tergantung atau terikat (dependen).

Variabel independen adalah variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel tergantung, sementara variabel bebas berada pada posisi yang lepas dari pengaruh variabel tergantung. Sedangkan variabel tergantung adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>33</sup> Berdasarkan

---

<sup>32</sup> Irawan Soehartono. *Metode penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004. hal 29

<sup>33</sup> Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group. 2005; hal 62

judul penelitian “Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial

Facebook” maka: 1) Variabel Independen (X) : Motif Mahasiswa

2) Variabel Dependen (Y) : Kepuasan

Tabel 2.1  
Operasional variabel

Variabel	Indikator	Deskriptor	No. Pertanyaan
1. Motif	1. Kebutuhan kognitif ( <i>cognitive needs</i> )	• berkaitan dengan penguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan.	1
	2. Kebutuhan afektif ( <i>affective needs</i> )	• berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional.	2-3
	3. Kebutuhan pribadi secara integratif. ( <i>personal integrative needs</i> )	• berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual.	4-6
	4. Kebutuhan sosial secara integratif ( <i>social integrative needs</i> )	• berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia.	7-10
	5. Kebutuhan pelepasan ( <i>escapist needs</i> )	• berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, hasrat akan keanekaragaman, dan dorongan untuk mencari hiburan.	11-15
Kepuasan	1. Kepuasan kognitif ( <i>cognitive</i> )	• Puas dengan kebutuhan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan	16-18
	2. Kepuasan afektif ( <i>affective</i> )	• Puas dengan kebutuhan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estesis,	19-20

	3. Kepuasan pribadi ( <i>personal</i> )	menyenangkan, dan emosional. • Puas dengan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual	21-23
	4. Kepuasan sosial ( <i>social</i> )	• Puas dengan kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia.	24-25
	5. Kepuasan pelepasan ( <i>escapist</i> )	• Puas dengan kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, hasrat akan keanekaragaman, dan dorongan untuk mencari hubungan.	26-30

## 2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya dan masih harus diuji lebih dulu karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.<sup>34</sup>

Maka, hipotesis dari penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh motif menggunakan jejaring sosial *facebook* terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Untirta

H<sub>a</sub> : ada pengaruh motif menggunakan jejaring sosial *facebook* terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Untirta

## 2.7 Penelitian Sebelumnya

<sup>34</sup> Rachmat Kriyantono, *Op.Cit.* hal 28



Penelitian mengenai motif menggunakan *facebook* pernah dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta 2010 yang bernama Esti Wika Arani. Penulis mengungkapkan Akhir-akhir ini situs *facebook* sangat digandrungi oleh banyak kalangan, dari remaja hingga dewasa, pelajar hingga karyawan. Jejaring sosial *facebook* merupakan struktur sosial yang dibangun atas node (bisa berupa orang/individu maupun organisasi) yang terikat satu sama lain dengan lebih dari satu model ikatan. Melalui *facebook*, seseorang dapat mengetahui secara lengkap seperti nama, tanggal lahir, foto wajah, alamat, pekerjaan atau semua informasi seseorang yang disertakan di dalamnya. Fenomena yang sedang melanda banyak kalangan ini membuat penulis tertarik untuk mengetahui kira-kira faktor apa yang membuat banyak kalangan terutama para dewasa awal menggunakan *facebook*.

Dalam penelitian tersebut diajukan hipotesis bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan *facebook* yakni tingginya motif afiliasi individu yang bersangkutan yang menggunakan *facebook*. Sehingga peneliti mengambil judul hubungan antara motif afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 mahasiswa Fakultas Psikologi UMS. Penelitian ini menggunakan teknik purposive random sampling. Sedangkan metode pengambilan data penelitian ini menggunakan skala. Selanjutnya data dalam penelitian ini dianalisis dengan korelasi *product moment*. Alat ukur yang digunakan untuk mengungkap variabel-variabel penelitian ada 2 macam alat ukur yaitu: Skala motif afiliasi, dan untuk

intensitas hanya ditanyakan seberapa sering subyek menggunakan *facebook* dalam hitungan satu harinya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai korelasi  $r$  sebesar 0,300 dengan  $p = 0,009$  ( $p < 0,01$ ), yang berarti ada hubungan positif antara motif afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook* pada dewasa awal. Berdasarkan rerata hipotetik yang dibandingkan dengan rerata empirik maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Psikologi UMS rata-rata mempunyai motif afiliasi yang sedang. Dari hasil analisis data penelitian maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara motif afiliasi dengan intensitas menggunakan *facebook*.

Dengan demikian variabel motif afiliasi dapat dijadikan prediktor (variabel bebas) untuk memprediksikan intensitas menggunakan *facebook*. Semakin tinggi motif afiliasi maka akan semakin tinggi intensitas menggunakan *facebook*, dan sebaliknya semakin rendah motif afiliasi subyek maka akan semakin rendah pula intensitas menggunakan *facebook*.

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan atau metodologi kuantitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.<sup>35</sup> Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari

---

<sup>35</sup> Rachmat Kriyantono. *Op. Cit.* hal 55

seluruh populasi. Oleh karena itu penelitian ini mensyaratkan bahwa peneliti harus membuat jarak dengan objek atau realitas yang diteliti. Penilaian yang bersifat subjektif, atau yang mengandung bias pribadi dari peneliti, hendaknya dipisahkan dari temuan penelitian.

Artinya peneliti tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekehendak hatinya sendiri. Semuanya harus objektif dengan diuji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas. Dengan kata lain, peneliti berusaha membatasi konsep atau variable yang diteliti dengan cara mengarahkan riset dalam setting yang terkontrol, lebih sistematis, dan terstruktur dalam sebuah desain riset. Desain riset ini sudah harus ditentukan sebelum riset dimulai.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatif. Survei adalah peneliti yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.<sup>36</sup> Salah satu keuntungan utama dari penelitian ini adalah mungkinnya pembuatan generalisasi untuk populasi yang besar. Jenis survei digunakan bila peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya situasi. Peneliti tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Masri Singarimbun. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES, 2008. hal 3

<sup>37</sup> Rachmat Kriyantono, *Op.Cit.* hal 60

Dengan kata lain, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Survei eksplanatif digunakan bila periset ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu.<sup>38</sup> Peneliti dituntut membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Variabel adalah konsep yang bisa diukur. Kegiatan berteori ini ada dalam kerangka teori. Sering disebut pula sebagai jenis riset korelasional dan komparatif.<sup>39</sup>

### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono dalam bukunya *Statistika untuk Penelitian Populasi* adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>40</sup> Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda – benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti.

---

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ibid. hal 68

<sup>40</sup> Sugiono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta. 2009. hal 61.

Pengertian sampel menurut Sugiyono dalam bukunya Statistika untuk Penelitian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representatif (mewakili).<sup>41</sup> Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa Untirta Serang (Fakultas Hukum, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Teknik, Fakultas Pertanian, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik) yang masih aktif kuliah berjumlah 9361 mahasiswa. Karena jumlah populasi yang cukup besar tersebut, maka ditentukan sejumlah sampel yang akan diteliti dan syaratnya adalah mahasiswa Untirta Serang yang mempunyai akun *facebook*.

Tabel 3.1  
Data mahasiswa

JURUSAN	ANGKATAN TAHUN KULIAH						JUMLAH
	2008		2009		2010		
	L	P	L	P	L	P	
L.Hukum	152	71	149	70	<b>195</b>	91	728
PLS	15	34	42	46	31	42	210
Diklatrasi	43	136	47	134	69	150	579
Pend.B.Ing	39	158	52	151	53	230	683
Pend.Bio	31	121	39	154	39	125	509
Pend.MTK	35	123	58	129	61	112	518
PGSD	0	0	27	177	61	<b>248</b>	513
PAUD	0	57	0	24	0	45	126

<sup>41</sup> Ibid. hal 62

T.Industri	88	33	87	48	95	48	399
T.Mesin	72	25	78	47	151	2	375
T.Kimia	71	33	77	52	80	57	370
T.Elektro	57	8	55	9	68	9	206
T.Metalurgi	30	9	28	8	33	9	117
T.Sipil	28	14	30	11	34	17	134
T.Kump&Mul	0	0	10	3	34	6	53
Agribisnis	25	40	36	66	67	103	357
Agroteknologi	33	34	40	36	42	44	229
Perikanan	17	15	39	31	48	38	188
Manajemen	104	92	156	139	173	157	821
Akuntansi	118	217	121	206	85	128	875
Eko Pembangunan	0	0	44	43	76	64	227
Man.Pemas (D3)	0	0	10	3	14	8	35
Akuntansi (D3)	0	0	9	10	16	15	50
Perpajakan (D3)	0	0	0	0	12	17	29
K.Perbankan (D3)	0	0	0	0	13	15	28
Adm. Neg	83	88	83	84	81	81	500
Kom.	85	90	93	76	85	73	502
Jumlah	1126	1398	1430	1757	1716	1934	9361

Melihat begitu acaknya jumlah populasi dari setiap stratum, maka pengambilan sampel yang tepat untuk karakteristik ini adalah *stratified random sampling*. Cirinya adalah terdapat perbedaan yang mencolok antara satu stratum dengan stratum yang lainnya.

Dari tabel diatas, ada perbedaan yang sangat mencolok yaitu terdapat 248 mahasiswa berjenis kelamin perempuan dari angkatan 2010 dan ada beberapa jurusan yang tidak ada mahasiswanya sama sekali (lulus) yaitu dari angkatan 2008 dan 2009. Terdapat sebanyak 195 mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dari angkatan 2010. Atas dasar perbedaan mencolok inilah maka penarikan sampel

dilakukan secara stratified random, sebab jumlah populasi setiap stratum berbeda mencolok satu sama lain. Adapun stratified random sampling cara penarikan sampelnya adalah dengan terlebih dahulu menetapkan sampel yang diinginkan. Jumlah populasi adalah 9361 mahasiswa.

Berikut ini adalah perhitungan dengan menggunakan rumus Yamane:

$$\frac{N}{1Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

N= ukuran populasi

d= kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 10%, kemudian d ini dikuadratkan

Berdasarkan rumus di atas maka diperoleh penghitungannya sebagai berikut:

$$\frac{9361}{X}$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99 mahasiswa.

### 3.3 Teknik Sampling



*Stratified random sampling* adalah bentuk sampling random yang populasi atau elemen populasinya dibagi dalam kelompok-kelompok yang disebut strata. Proses pengerjaannya ialah sebagai berikut:<sup>42</sup>

- 1) Membagi populasi menjadi beberapa stratum.
- 2) Mengambil sebuah sampel random dari tiap stratum. Banyaknya unsur yang dipilih dari tiap stratum boleh sebanding atau tidak sebanding dengan jumlah stratum dalam populasinya. Jika pengambilan banyaknya unsur tiap stratum sebanding dengan ukuran-ukuran tiap stratum dan pengambilannya dilakukan secara random, dinamakan *proportional random sampling*.
- 3) Menggabungkan hasil dari pengambilan sampel tiap stratum, menjadi satu sampel yang diperlukan.

Untuk mengalokasikan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

---

**Keterangan:**

$n$  = Ukuran sampel masing-masing kelompok

$N$  = Jumlah populasi penelitian masing-masing kelompok

$N$  = Jumlah populasi penelitian

---

<sup>42</sup> Iqbal Hasan. *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensi)*. Jakarta: Bumi Aksara. 2005. hal 88.

n = Ukuran sampel penelitian

Tabel 3.2  
Pengelompokan sampel

Jurusan	Populasi (N )	N /N	Ukuran Sampel (n)	Sampel (n )
Ilmu Hukum	728	0.078	99	8
Pendidikan Luar Sekolah	210	0.022	99	2
Dikstrastia	579	0.062	99	6
Pendidikan Bahasa Inggris	683	0.073	99	7
Pendidikan Biologi	509	0.054	99	5
Pendidikan Matematika	518	0.055	99	6
Pendidikan Guru Sekolah Dasar	513	0.055	99	6

PAUD	126	0.013	99	1
Teknik Industri	399	0.043	99	5
Teknik Mesin	375	0.040	99	4
Teknik Kimia	370	0.040	99	4
Teknik Elektro	206	0.022	99	2
Teknik Metalurgi	117	0.012	99	1
Teknik Sipil	134	0.014	99	1
Teknik Komputer dan Multimedia (D3)	53	0.006	99	1
Agribisnis	357	0.038	99	4
Agroteknologi	229	0.024	99	2
Perikanan	188	0.020	99	2
Manajemen	821	0.088	99	9
Akuntansi	875	0.093	99	10
Ekonomi Pembangunan	227	0.024	99	2
Manajemen Pemasaran (D3)	35	0.004	99	0
Akuntansi (D3)	50	0.005	99	1
Perpajakan (D3)	29	0.003	99	0
Keuangan Perbankan (D3)	28	0.003	99	0
Administrasi Negara	500	0.053	99	5
Komunikasi	502	0.054	99	5
Jumlah (N)	9361		Jumlah (n)	99

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Kuesioner (Angket)

Mengingat variabel yang diteliti meliputi variabel demografis (jenis kelamin, angkatan tahun kuliah, dan jurusan, dan daerah asal), motif menggunakan *facebook*, dan kepuasan yang diperoleh, maka instrumen yang cocok untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner karena metodenya adalah survei. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi

oleh responden, disebut juga angket.<sup>43</sup> Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup agar lebih mempermudah pengumpulan data pada responden yang terpencar-pencar, selain itu cara ini akan lebih efektif karena hemat waktu.

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama.<sup>44</sup> Keunggulan indeks ini adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas mulai dari “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”. Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan empat pilihan jawaban yaitu “sangat setuju”, “setuju”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”.

Hal ini dilakukan untuk menghindari jawaban “ragu-ragu” dari responden, karena peneliti menganggap bahwa jawaban “ragu-ragu” adalah jawaban yang tidak konsisten sehingga tidak perlu dicantumkan. Selain itu keunggulan skala Likert ini juga dapat dibuat dan diinterpretasikan dengan mudah. Peneliti menggabungkan pengalaman profesionalnya dengan logika (akal sehat) dalam menurunkan sejumlah soal dari seluruh pandangan teoritis yang abstrak mengenai

---

<sup>43</sup> Rachmat Kriyantono. *Op Cit.* halaman 95

<sup>44</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metode penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi.* Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada. 2010. hal 110

sifat, maka tidak terlalu sulit untuk menyusun kuesioner menjadi alat ukur.<sup>45</sup>

Adapun bentuk skala pengukuran tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.3  
Skor peringkat

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### 3.5 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

#### 3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>46</sup>

Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari mahasiswa yang menjadi sampel dengan kriteria memiliki akun *facebook*.

#### 3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua.<sup>47</sup> Dapat juga dikatakan bahwa data sekunder yaitu data jadi atau data yang telah tersedia.

<sup>45</sup> James A. Black dan Dean J. Champion. *Metode & Masalah Penelitian Sosial*. Bandung:Refika Aditama, 2009. hal 170

<sup>46</sup> Husein Umar. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis dan Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009. hal 42

<sup>47</sup> Rachmat Kriyantono. *Op. Cit.* hal 42

Dalam penelitian ini data sekundernya berupa data jumlah mahasiswa Untirta, dan segala bentuk data yang diperoleh melalui buku.

### **3.6 Analisis Data**

Hal yang dilakukan peneliti dalam menganalisis serta mengolah data adalah dengan cara mengumpulkan data kemudian mengolah data-data tersebut agar dapat memberikan makna yang mudah dipahami. Langkah selanjutnya memberikan pembobotan untuk jawaban berskala ordinal. Penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 17.0 untuk menganalisis data. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel demografis, motif mengkonsumsi *facebook*, dan kepuasan yang diperoleh. Pertama-tama, masing-masing variabel dideskripsikan dalam distribusi frekuensi dalam angka persentase. Kemudian dengan uji coba statistik hasil silang dari tiap-tiap variabel, untuk melihat signifikansi perbedaan kekuatan motif dan kepuasan. Sebelum digunakan untuk pengukuran terhadap seluruh responden, pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan pada 30 responden pertama untuk mendapatkan keyakinan bahwa kuesioner tersebut layak digunakan.

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesasihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sasih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat

mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.<sup>48</sup> Penelitian ini berusaha untuk memenuhi syarat-syarat validitas agar penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Kriteria penerimaan uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien korelasi  $> 0,3$  dan tingkat signifikan  $\leq 0,05$  maka dapat dikatakan valid.
2. Jika nilai koefisien korelasi  $< 0,3$  dan tingkat signifikan  $\geq 0,05$  maka dapat dikatakan tidak valid.

Tabel 3.4

Hasil uji validitas variabel motif

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Facebook dapat memperluas lingkungan sosial	38.10	35.234	.331	.877
Facebook dapat menyalurkan emosi	37.85	33.247	.480	.871

<sup>48</sup> Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta. 2002, hal 144

Facebook dapat mempengaruhi dalam pengambilan suatu keputusan.	37.67	34.782	.427	.873
Facebook dapat mempengaruhi dalam bertindak.	38.47	34.051	.529	.868
Facebook dapat membentuk lingkungan sosial yang baru.	38.40	33.007	.599	.865
Facebook dapat menjaga hubungan baik dengan sesama pengguna Facebook lainnya.	37.50	35.914	.371	.876
Facebook dapat menambah pengalaman.	38.30	33.390	.534	.869
Facebook dapat menghilangkan stres.	38.23	34.737	.441	.872
Menggunakan Facebook dapat terhindar dari kekakuan teknologi khususnya internet.	38.03	32.518	.674	.862
Menggunakan Facebook karena berhubungan dengan tugas kuliah.	38.07	33.513	.583	.866
Menggunakan Facebook karena berhubungan dengan pekerjaan.	37.70	34.631	.470	.871
Menggunakan Facebook hanya sekedar untuk kesenangan.	37.30	35.914	.371	.875
Menggunakan Facebook hanya sekedar ikut-ikutan.	37.67	34.989	.511	.870
Menggunakan Facebook karena tidak mau ketinggalan zaman.	38.43	29.908	.765	.855
Menggunakan Facebook agar lebih dikenal orang.	38.37	30.378	.780	.855

Berdasarkan tabel hasil uji validitas variabel X dengan menggunakan program SPSS versi 17.0, maka diketahui hasil pengujian 15 item pertanyaan untuk motif mahasiswa terindikasi valid.

Tabel 3.5

Hasil uji validitas variabel kepuasan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Menggunakan Facebook karena itu-nya sangat memuaskan	40.33	31.608	.374	.874
Facebook dapat memenuhi kebutuhan informasi	38.97	30.378	.801	.864



Facebook dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan	40.03	32.447	327	.875
Facebook dapat memenuhi kebutuhan tentang pemahaman sosial	40.00	30.276	585	.864
Menggunakan Facebook untuk meningkatkan standard hidup	40.70	28.493	562	.867
Menggunakan Facebook merasa lebih percaya diri	40.63	28.308	541	.861
Menggunakan Facebook dapat memuaskan rasa penasaran	40.13	30.120	609	.860
Menggunakan Facebook dapat memiliki pendapat sendiri mengenai suatu hal	40.23	31.633	325	.877
Menggunakan Facebook dapat berbagi pengalaman dengan sesama pengguna Facebook lainnya	39.77	31.771	582	.867
Menggunakan Facebook dapat berbagi pengetahuan dengan sesama pengguna Facebook lainnya	39.73	30.685	571	.862
Menggunakan Facebook dapat meningkatkan daya imajinasi	40.20	29.545	615	.863
Menggunakan Facebook dapat membuat merasa santai	40.27	28.892	734	.857
Menggunakan Facebook dapat terhindar dari rasa sepi	40.10	30.507	531	.867
Menggunakan Facebook untuk mengisi waktu luang	39.83	31.789	465	.870
Menggunakan Facebook untuk sejenak melupakan aktivitas	40.07	32.685	314	.875

Berdasarkan tabel hasil uji validitas variabel Y dengan menggunakan program SPSS versi 17.0, maka diketahui hasil pengujian 15 item pertanyaan untuk kepuasan terindikasi valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>49</sup> Analisis Reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat akurasi dan presisi dari jawaban yang mungkin dari beberapa pernyataan.

<sup>49</sup> Elvinaro Ardiyanto, *Public Relations Praktis "Pendekatan Praktis Menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye, Handal"*. Bandung: Widya Padjajaran, 2008 hal 189

Pengukuran ini memiliki Reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*).

Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's*. Nugroho dan Suyuthi menyatakan kuesioner dianggap reliabel jika mempunyai nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 0.60.<sup>50</sup> Output program SPSS untuk uji reliabilitas motif mahasiswa (variabel X) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6

Hasil uji reliabilitas variabel motif

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	15

Nilai realibilitas dari variabel motif mahasiswa diperoleh sebesar 0.876. Nilai ini lebih besar dari 0.600, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner untuk variabel motif mahasiswa adalah reliabel.

Tabel 3.7

Hasil uji reliabilitas variabel motif

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Facebook dapat memperluas lingkungan sosial	38.10	35.334	.331	.877
Facebook dapat menyatukan emosi	37.83	33.247	.488	.871

<sup>50</sup> Agus Sujianto. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009 hal 97

Facebook dapat mempengaruhi dalam pengambilan suatu keputusan	37.67	34.762	.427	.873
Facebook dapat mempengaruhi dalam berindak	38.47	34.051	.529	.869
Facebook dapat membentuk lingkungan sosial yang baru	38.40	33.007	.586	.865
Facebook dapat menjaga hubungan baik dengan sesama pengguna Facebook lainnya	37.50	35.914	.371	.875
Facebook dapat menambah pengalaman	38.30	33.390	.534	.869
Facebook dapat menghilangkan stres	38.23	34.737	.441	.872
Menggunakan Facebook dapat terhindar dari ketakutan teknologi khususnya internet	38.03	32.516	.674	.862
Menggunakan Facebook karena berhubungan dengan tugas kuliah	38.67	33.513	.583	.866
Menggunakan Facebook karena berhubungan dengan pekerjaan	37.70	34.631	.470	.871
Menggunakan Facebook hanya sekedar untuk kesenangan	37.50	35.914	.371	.875
Menggunakan Facebook hanya sekedar ikut-ikutan	37.67	34.388	.511	.870
Menggunakan Facebook karena tidak mau ketinggalan zaman	38.43	29.909	.765	.855
Menggunakan Facebook agar lebih dikenal orang	38.37	30.378	.760	.855

Kemudian peneliti melakukan uji reliabilitas kepuasan (variabel Y) sebagai berikut:

Tabel 3.8

Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.875	15

Nilai realibilitas dari variabel kepuasan mahasiswa diperoleh sebesar 0.875. Nilai ini lebih besar dari 0.600, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner untuk variabel kepuasan mahasiswa adalah reliabel.

Tabel 3.9

Hasil uji relibilitas variabel kepuasan

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted

Menggunakan Facebook karena fitur-fiturnya sangat memuaskan	40.33	31.609	.374	.874
Facebook dapat memenuhi kebutuhan informasi	39.97	30.378	.601	.864
Facebook dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan	40.03	32.447	.327	.875
Facebook dapat memenuhi kebutuhan tentang pemahaman sosial	40.00	30.276	.585	.864
Menggunakan Facebook untuk meningkatkan standar hidup	40.70	28.493	.562	.867
Menggunakan Facebook merasa lebih percaya diri	40.53	28.305	.641	.861
Menggunakan Facebook dapat memuaskan rasa penasaran	40.13	30.120	.699	.860
Menggunakan Facebook dapat memiliki pendapat sendiri mengenai suatu hal	40.23	31.633	.325	.877
Menggunakan Facebook dapat berbagi pengalaman dengan sesama pengguna Facebook lainnya	39.77	31.771	.592	.867
Menggunakan Facebook dapat berbagi pengetahuan dengan sesama pengguna Facebook lainnya	39.73	30.685	.871	.862
Menggunakan Facebook dapat meningkatkan daya imajinasi	40.20	29.545	.615	.863
Menggunakan Facebook dapat membuat merasa santai	40.27	28.892	.734	.857
Menggunakan Facebook dapat terhindar dari rasa bosan	40.10	30.507	.531	.867
Menggunakan Facebook untuk mengisi waktu luang	39.83	31.799	.499	.870
Menggunakan Facebook untuk sejenak melupakan aktivitas	40.07	32.685	.314	.875

### 3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang di Jl. Raya Jakarta KM. 4 Pakupatan Serang-Banten. Alasan memilih lokasi tersebut karena sesuai dengan judul dan data yang diangkat. Penelitian ini dilakukan

selama enam bulan, yang dimulai dari penjajakan, wawancara, dan penyebaran angket. Selama melakukan penelitian, peneliti tidak mengalami kesukaran dikarenakan kemudahan yang diberikan oleh pihak Untirta.

Tabel 3.10  
Rencana kegiatan penelitian

No	Kegiatan	Okt				Nov				Des				Jan				Feb				Mar			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra riset *observasi awal *bimbingan bab 1-3	■	■	■	■																				
2	Penyusunan bab 1-3					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
3	Sidang outline																	■							
4	Riset lapangan																	■	■						
5	Penyusunan bab 4-5																	■	■	■					
6	Sidang skripsi																								

#### BAB IV

#### HASIL PENELITIAN

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, adalah perguruan tinggi negeri yang terdapat di Serang, Provinsi Banten, Indonesia. Pada awalnya bernama Universitas Tirtayasa yang dikelola oleh Yayasan Tirtayasa dan resmi menjadi Universitas Negeri dengan Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia No 32 tahun 2001, tertanggal 19 Maret 2001 dengan nama Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Tirtayasa diambil dari nama seorang pahlawan nasional Sultan Ageng Tirtayasa sebagai pewaris Kesultanan Banten ke IV yang dengan gigih menentang penjajahan Belanda, juga seorang Sultan yang dengan gemilang membawa masyarakat Banten ke dalam masa kejayaan dan keemasannya. Ia dianugerahi gelar Pahlawan Nasional oleh Presiden RI nomor 045/TKJ 1979. Diharapkan semangat dan keberanian Sultan Ageng Tirtayasa bukan saja digunakan sebagai nama Universitas yang akan didirikan tetapi juga memberikan semangat para mahasiswanya kelak untuk belajar dengan sungguh-sungguh.

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa memiliki dua kampus yaitu di Serang dan Cilegon. Kampus Serang berada di Jalan Raya Jakarta Km.4 Pakupatan Serang Provinsi Banten, sedangkan kampus Cilegon berada di Jalan. Jend. Sudirman Km.3 Cilegon Provinsi Banten Telp (0254) 395502.

Untirta terdiri dari enam fakultas yaitu Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas Pertanian, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Adapun maksud dan tujuan

didirikannya Universitas Tirtayasa adalah sebagai mitra pemerintah yang berupaya untuk melaksanakan pemerataan memperoleh kesempatan pendidikan tentunya dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa sesuai dengan amanat GBHN dan UUD 1945 selain itu, didapat banyak keuntungan yang diperoleh dari kehadiran Universitas Tirtayasa Banten sebagai sebuah perguruan tinggi umum di Banten, yang bukan sebagai lembaga pengetahuan di bidang pendidikan tinggi saja, tapi juga merupakan sarana penelitian dan pelatihan bagi pemerintah daerah dan masyarakat dalam rangka peningkatan kemajuan masyarakat Banten.

#### **4.1.1 Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa**

Pada saat Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta) sedang mempersiapkan pengalihan status negeri secara utuh dan menyeluruh dengan ditandainya pengalihan aset dan pengelolaan sumber daya dari Yayasan pendidikan Tirtayasa kepada pemerintah yang dilaksanakan paling lama dalam kurun waktu tiga tahun.

Maka pada tanggal 10 Juni 2003 dikeluarkan Surat Keputusan dari DIRJEN DIKTI DEPDIKNAS dengan nomor 1179/D/T/2003 tentang izin operasional program studi Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi, seiring dengan operasional program studi maka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu



Politik didirikan pada tahun akademik 2002/2003 yang mendapat legitimasi menjadi bagian dari Untirta dengan surat keputusan nomor 124/0/2004 sesuai dengan SOTK.

Pada tanggal 1 Februari 2006 telah dikeluarkan SK No. 295/D/T/2006 tentang Perpanjangan izin penyelenggaraan program studi Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi selama 4 tahun. FISIP Untirta terus berpacu dan berkembang untuk berusaha mensejajarkan diri dengan fakultas yang lebih dulu berdiri dengan mengeluarkan jurus-jurus strategis baik di bidang pendidikan, pengajaran, pengabdian masyarakat, sarana dan prasarana sebagai wujud dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Hal ini dibuktikan dengan diselenggarakan berbagai kegiatan dan beberapa sarana untuk meningkatkan kualitas baik dosen, mahasiswa maupun karyawan.

#### **4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

- **Visi**

Mampu menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan intelektual dan atau professional yang kritis an mandiri, memiliki sikap dan kepribadian yang religious dan watak kebangsaan serta tanggungjawab sosial terhadap peningkatan kualitas kehidupan menuju Entrepreneurial University pada tahun 2020.

- **Misi**

- 1) Membina dan membekali mahasiswa dengan dasar-dasar pengetahuan keagamaan guna menumbuhkan kesadaran diri akan tanggungjawab sebagai makhluk sosial dan makhluk Tuhan.
- 2) Menambah dan membekali mahasiswa dengan waktu dan identitas ke-Indonesia-an guna menumbuhkan kesadaran dan tanggungjawab terhadap bangsa dan Negara.
- 3) Membangun dan melatih mahasiswa untuk dapat mengembangkan watak kemandirian mahasiswa melalui pembinaan dan keterampilan hidup (life skill) dan kewirausahaan (entrepreneurship) dalam kegiatan-kegiatan kurikuler maupun ekstrakurikuler.
- 4) Membangun, melatih dan memperkuat kedisiplinan guna mengembangkan watak, sikap dan kepribadian yang luhur serta etos kerja yang tinggi.
- 5) Membangun dan memperkuat wawasan, kesadaran dan tanggungjawab mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat akademik, guna mewujudkan kualitas kehidupan.

- **Tujuan**

- 1) Mengaktualisasikan diri sesuai dengan dasar-dasar pengetahuan dan nilai-nilai keagamaan yang dimiliki guna menumbuhkan kesadaran diri akan tanggungjawabnya sebagai makhluk sosial dan makhluk Tuhan.

- 2) Mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan lingkungan yang erat kaitannya dengan watak dan identitas ke-Indonesia-an guna menumbuhkan kesadaran dan tanggungjawabnya terhadap bangsa dan negara sesuai dengan bidang keilmuan yang dimiliki.
- 3) Melaksanakan tugas dan fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk dapat mengembangkan watak kemandirian mahasiswa melalui pembinaan dan pelatihan keterampilan hidup (*life skill*) dan kewirausahaan (*entrepreneurship*) dalam kegiatan-kegiatan kurikuler maupun ekstrakurikuler.
- 4) Menjunjung tinggi kedisiplinan guna dapat mengembangkan watak, sikap dan kepribadian yang luhur serta etos kerja yang tinggi.
- 5) Mengembangkan wawasan, kesadaran dan moralitas keserjanaan sebagai bagian dari tanggungjawab masyarakat akademik, guna mewujudkan kualitas kehidupan.

## **4.2 Deskripsi Data**

### **4.2.1 Analisa Data Responden**

Untuk mengetahui motif mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial *facebook*, peneliti telah melakukan pengumpulan data melalui penyebaran

kuesioner dengan cara *stratified random sampling*. Kuesioner disebarikan kepada 99 orang mahasiswa dengan kategori yang memiliki akun *facebook*.

Kuesioner tersebut terdiri dari 30 item pernyataan dan 6 pertanyaan yang diajukan untuk memperoleh data responden yaitu mengenai fakultas, jurusan, angkatan tahun kuliah, usia, jenis kelamin, dan asal daerah.

Tabel 4.1  
Fakultas Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FISIP	10	10.1	10.1	10.1
	Fakultas Ekonomi	22	22.2	22.2	32.3
	Fakultas Pertanian	8	8.1	8.1	40.4
	Fakultas Teknik	18	18.2	18.2	58.6
	FKIP	33	33.3	33.3	91.9
	Fakultas Hukum	8	8.1	8.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian adalah 99 responden. Sebanyak 10 orang atau 10,1% berasal dari FISIP, 22 orang atau 22,2% dari Fakultas Ekonomi, 8 orang atau 8,1% dari Fakultas Pertanian, 18 orang atau 18,2% dari Fakultas Teknik, 33 orang atau 33,3% dari FKIP, dan 8 orang atau 8,1% dari Fakultas Hukum. Jumlah sampel dari FKIP lebih banyak dibandingkan dengan jumlah sampel dari fakultas-fakultas yang lain. Hal ini sesuai dengan jumlah mahasiswa Untirta yang lebih banyak berasal dari Fakultas Pendidikan.

Tabel 4.2  
Jurusan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ilmu Hukum	8	8,1	8,1	8,1
	Pendidikan Luar Sekolah	2	2,0	2,0	10,1
	Diksatrasia	6	6,1	6,1	16,2
	Pendidikan Bahasa Inggris	7	7,1	7,1	23,2
	Pendidikan Biologi	5	5,1	5,1	28,3
	Pendidikan Matematika	6	6,1	6,1	34,3
	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	6	6,1	6,1	40,4
	PAUD	1	1,0	1,0	41,4
	Teknik Industri	5	5,1	5,1	46,5
	Teknik Mesin	4	4,0	4,0	50,5
	Teknik Kimia	4	4,0	4,0	54,5
	Teknik Elektro	2	2,0	2,0	56,6
	Teknik Metalurgi	1	1,0	1,0	57,6
	Teknik Sipil	1	1,0	1,0	58,6
	Teknik Komputer dan Multimedia (D3)	1	1,0	1,0	59,6
	Agnibisnis	4	4,0	4,0	63,6
	Agroekoteknologi	2	2,0	2,0	65,7
	Perikanan	2	2,0	2,0	67,7
	Manajemen	9	9,1	9,1	76,8
	Akuntansi	10	10,1	10,1	86,9
	Ekonomi Pembangunan	2	2,0	2,0	88,9
	Akuntansi (D3)	1	1,0	1,0	89,9
	Administrasi Negara	5	5,1	5,1	94,9
	Komunikasi	5	5,1	5,1	100,0

### Jurusan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ilmu Hukum	8	8.1	8.1	8.1
	Pendidikan Luar Sekolah	2	2.0	2.0	10.1
	Diklatrasia	6	6.1	6.1	16.2
	Pendidikan Bahasa Inggris	7	7.1	7.1	23.2
	Pendidikan Biologi	5	5.1	5.1	28.3
	Pendidikan Matematika	6	6.1	6.1	34.3
	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	6	6.1	6.1	40.4
	PAUD	1	1.0	1.0	41.4
	Teknik Industri	5	5.1	5.1	46.5
	Teknik Mesin	4	4.0	4.0	50.5
	Teknik Kimia	4	4.0	4.0	54.5
	Teknik Elektro	2	2.0	2.0	56.6
	Teknik Metalurgi	1	1.0	1.0	57.6
	Teknik Sipil	1	1.0	1.0	58.6
	Teknik Komputer dan Multimedia (D3)	1	1.0	1.0	59.6
	Agribisnis	4	4.0	4.0	63.6
	Agroteknologi	2	2.0	2.0	65.7
	Perikanan	2	2.0	2.0	67.7
	Manajemen	9	9.1	9.1	76.8
	Akuntansi	10	10.1	10.1	86.9
	Ekonomi Pembangunan	2	2.0	2.0	88.9
	Akuntansi (D3)	1	1.0	1.0	89.9
	Administrasi Negara	5	5.1	5.1	94.9
	Komunikasi	5	5.1	5.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian adalah 99 responden. Sebanyak 8 orang atau 8,1% berasal dari jurusan Ilmu Hukum, 2 orang atau 2,0% jurusan Pendidikan Luar Sekolah, 6 orang atau 6,1% jurusan Diksatrasia, 7 orang atau 7,1% jurusan Pendidikan Bahasa Inggris, 5 orang atau 5,1% jurusan Pendidikan Biologi, 6 orang atau 6,1% jurusan Pendidikan Matematika, 6 orang atau 6,1% jurusan PGSD, 1 orang atau 1,0% jurusan PAUD, 5 orang atau 5,1% jurusan Teknik Industri, 4 orang atau 4,0% jurusan Teknik Mesin, 4 orang atau 4,0% jurusan Teknik Kimia, 2 orang atau 2,0% jurusan Teknik Elektro, 1 orang atau 1,0% jurusan Teknik Metalurgi, 1 orang atau 1,0% jurusan Teknik Sipil, 1 orang atau 1,0% jurusan Teknik Komputer dan Multimedia (D3), 4 orang atau 4,0% jurusan Agribisnis, 2 orang atau 2,0% jurusan Agroekoteknologi, 2 orang atau 2,0% jurusan Perikanan, 9 orang atau 9,1% jurusan Manajemen, 10 orang atau 10,1% jurusan Akuntansi, 2 orang atau 2,0% jurusan Ekonomi Pembangunan, 1 orang atau 1,0% jurusan Akuntansi (D3), 5 orang atau 5,1% jurusan Administrasi Negara dan 5 orang atau 5,1% jurusan Ilmu Komunikasi. Jadi, jumlah sampel yang paling banyak adalah dari jurusan Akuntansi yaitu 10 orang.

Tabel 4.3

**Angkatan Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2008	36	36.4	36.4	36.4
2009	25	25.3	25.3	61.6
2010	38	38.4	38.4	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian adalah 99 responden. Sebanyak 36 orang atau 36,4% adalah angkatan 2008, 25 orang atau 25,3% adalah angkatan 2009 dan 38 orang adalah angkatan 2010. Jumlah Sampel angkatan 2010 adalah yang paling mendominasi, hal ini dikarenakan angkatan 2010 merupakan angkatan yang termuda. Jadi jumlah mahasiswanya masih banyak.

**Tabel 4.4**

**Usia Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19 tahun	28	28.3	28.3	28.3
20 tahun	30	30.3	30.3	58.6
21 tahun	22	22.2	22.2	80.8
22 tahun	12	12.1	12.1	92.9
di atas 22 tahun	7	7.1	7.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian adalah 99 responden. Sebanyak 28 orang atau 28,3% berusia 19 tahun, 30 orang



atau 30,3% berusia 20 tahun, 22 orang atau 22,2% berusia 21 tahun, 12 orang atau 12,1% berusia 22 tahun dan 7 orang atau 7,1% berusia di atas 22 tahun. Jadi, jumlah sampel yang mendominasi adalah berusia 20 tahun yaitu sebanyak 30 orang.

Tabel 4.5  
Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid. Perempuan	69	69.7	69.7	69.7
Laki-laki	30	30.3	30.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian adalah 99 responden. Sebanyak 69 orang atau 69,7% berjenis kelamin perempuan dan 30 orang atau 30,3% berjenis kelamin laki-laki. Jadi, jumlah sampel yang berjenis kelamin perempuan adalah yang mendominasi yaitu sebanyak 69 orang. Hal ini sesuai dengan jumlah mahasiswa Untirta yang lebih banyak berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.6  
Asal Daerah Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Serang	46	46.5	46.5	46.5
	Cilegon	19	19.2	19.2	65.7
	Pandeglang	4	4.0	4.0	69.7
	Lebak	5	5.1	5.1	74.7
	Lain-lain	25	25.3	25.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian adalah 99 responden. Sebanyak 46 orang atau 46,5% berasal dari daerah Serang, 19 orang atau 19,2% dari Cilegon, 4 orang atau 4,0% dari Pandeglang, 5 orang atau 5,1% dari Lebak dan 25 orang atau 25,3% sisanya dari lain-lain seperti Tangerang, Jakarta, Bekasi, bahkan Medan.

#### 4.2.2 Analisis Data Penelitian

Tabel 4.7

Menggunakan *facebook* karena berhubungan dengan tugas kuliah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	23	23.2	23.2	26.3
	Setuju	60	60.6	60.6	86.9
	Sangat Setuju	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden atau 3,0% menyatakan sangat tidak setuju, 23 responden atau 23,3% menyatakan tidak setuju, 60 responden atau 60,6% menyatakan setuju, 13 responden atau 13,1% menyatakan sangat setuju bahwa menggunakan *facebook* karena berhubungan dengan tugas kuliah. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka beberapa kali berkomunikasi dengan teman-temannya untuk menanyakan masalah tugas-tugas kuliah. Terlebih untuk mereka yang pada saat diberikan tugas sedang tidak masuk kuliah. Jadi, untuk mengetahui info terkini mereka menggunakan *facebook*.

Tabel 4.8

**Facebook dapat menyalurkan emosi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	24	24.2	24.2	26.3
Setuju	52	52.5	52.5	78.8
Sangat Setuju	21	21.2	21.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 2 responden atau 2% menyatakan sangat tidak setuju, 24 responden atau 24,2% menyatakan tidak setuju, 52 responden atau 52,5% menyatakan setuju, 21 responden atau 21,2% menyatakan sangat setuju.

Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat menyalurkan emosi. Emosi manusia berkembang dengan maksud tertentu, dan kita tidak dapat menyangkal efektifitas emosi ini ke arah perilaku seseorang. Setiap pengalaman yang melibatkan emosi ekstrem akan memberikan efek langsung yang lebih nyata pada perilaku sekaligus efek jangka lebih panjang pada perkembangan kepribadian.<sup>51</sup> Oleh karena itu sebanyak 52 orang responden setuju bahwa mereka menggunakan *facebook* untuk menyalurkan emosinya. Emosi dalam hal ini yaitu ungkapan perasaan pada suatu waktu tertentu berupa perasaan marah, kesal, senang atau pun bahagia.

Tabel 4.9

**Facebook dapat menambah pengalaman estetik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	51	51.5	51.5	53.5
	Setuju	37	37.4	37.4	90.9
	Sangat Setuju	9	9.1	9.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 2 responden atau 2,0% menyatakan sangat tidak setuju, 51 responden atau 51,5% menyatakan tidak

<sup>51</sup> Lawrence E. Shapiro. *Mengajarkan Emotional Intelligence pada Anak*. Jakarta. Gramedia. 2003. hal 75.

setuju, 37 responden atau 37,4% menyatakan setuju, 9 responden atau 9,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat menambah pengalaman.

Pengguna *facebook* cukup sering berkomunikasi melalui pesan di *facebook* tanpa harus chatting, karena teman mereka tidak sedang online. Bisa saja dari pesan yang dikirim terjadi kekeliruan atau salah paham menanggapi isi pesan tersebut. Semua itu kembali pada masing-masing individu untuk menilainya. Sikap kritis itulah yang menjadi salah satu pengalaman bagi pengguna *facebook*.

Tabel 4.10

**Facebook dapat mempengaruhi dalam pengambilan suatu keputusan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	15	15.2	15.2	15.2
	Setuju	65	65.7	65.7	80.8
	Sangat Setuju	19	19.2	19.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 15 responden atau 15,2% menyatakan tidak setuju, 65 responden atau 65,7% menyatakan setuju, 19 responden atau 19,2% menyatakan sangat setuju.

Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat mempengaruhi dalam pengambilan suatu keputusan. Responden merasa jika mereka menggunakan *facebook* dan dapat mengambil keputusan mengenai suatu

hal, maka mereka merasa lebih mempunyai harga diri dibandingkan dengan pengguna *facebook* yang kurang berani mengambil keputusan. Dorongan akan harga diri ini masuk dalam kebutuhan pribadi secara integrative (*personal integrative needs*).

Tabel 4.11

**Facebook dapat mempengaruhi dalam bertindak**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1
Tidak Setuju	48	48.5	48.5	55.6
Setuju	37	37.4	37.4	92.9
Sangat Setuju	7	7.1	7.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden atau 7,1% menyatakan sangat tidak setuju, 48 responden atau 48,5% menyatakan tidak setuju, 37 responden atau 37,4% menyatakan setuju, 7 responden atau 7,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat mempengaruhi dalam bertindak. Seseorang dapat melakukan sesuatu atau bertindak karena pengaruh lingkungan.

Rogers beranggapan bahwa perilaku manusia dikuasai oleh (yang disebutnya) *the actualizing tendency*, yaitu suatu kecenderungan inheren manusia untuk mengembangkan kapasitasnya sedemikian rupa guna memelihara dan

mengembangkan diri.<sup>52</sup> Apabila pada organisme adanya kesiapan untuk melakukan sesuatu aktivitas dan organisme itu dapat melaksanakan kesiapannya itu, maka organisme tersebut akan mengalami kepuasan.<sup>53</sup>

Tabel 4.12

Menggunakan *facebook* karena berhubungan dengan pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	24	24.2	24.2	24.2
Setuju	57	57.6	57.6	81.8
Sangat Setuju	18	18.2	18.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 24 responden atau 24,2% menyatakan tidak setuju, 57 responden atau 57,6% menyatakan setuju, 18 responden atau 18,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena berhubungan dengan pekerjaan. Begitu banyaknya informasi pribadi yang dapat diakses oleh para pengguna *facebook*, membuat *facebook* kemudian menjadi lahan bisnis yang telah tersegmen dengan target market atau pasar yang spesifik dan terarah.

Tabel 4.13

*Facebook* dapat membentuk lingkungan sosial yang baru

<sup>52</sup> Irwanto. *Psikologi Umum Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: Prenhallindo. 2002. Hal 204-205

<sup>53</sup> Bimo Walgito. *Op.Cit.* hal 69

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	10.1	10.1	10.1
	Tidak Setuju	56	56.6	56.6	66.7
	Setuju	25	25.3	25.3	91.9
	Sangat Setuju	8	8.1	8.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 10 responden atau 10,1% menyatakan sangat tidak setuju, 56 responden atau 56,6% menyatakan tidak setuju, 25 responden atau 25,3% menyatakan setuju, 8 responden atau 8,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat membentuk lingkungan sosial yang baru.

Orang cenderung menyukai orang lain yang mempunyai sikap yang sama. Semakin besar kesamaan, semakin kuat daya tariknya.<sup>54</sup> Hal tersebut yang terjadi pada responden penelitian ini, mereka cenderung ingin lebih mengenal pengguna *facebook* lainnya yang mempunyai beberapa kesamaan misalnya kesamaan dalam hal universitas, jurusan atau bahkan kegiatan kampus yang diikuti. Dengan demikian responden dapat membentuk lingkungan sosial yang baru.

Tabel 4.14  
**Facebook dapat memperluas lingkungan sosial**

<sup>54</sup> Irwanto. *Op.Cit.* hal 266



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1
	Tidak Setuju	27	27.3	27.3	34.3
	Setuju	61	61.6	61.6	96.0
	Sangat Setuju	4	4.0	4.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden atau 7,1% menyatakan sangat tidak setuju, 27 responden atau 27,3% menyatakan tidak setuju, 61 responden atau 61,6% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan jejaring sosial *facebook* karena dapat memperluas lingkungan sosial. Ternyata memperluas lingkungan sosial tidak hanya dapat dilakukan di dunia nyata, melainkan melalui dunia maya kita juga masih dapat memperluas lingkungan sosial bahkan dapat menambah teman lebih banyak lagi.

Tabel 4.15

**Facebook dapat menjaga hubungan baik dengan sesama pengguna facebook lainnya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	16	16.2	16.2	20.2
Setuju	59	59.6	59.6	79.8
Sangat Setuju	20	20.2	20.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden atau 4,0% menyatakan sangat tidak setuju, 16 responden atau 16,2% menyatakan tidak setuju, 59 responden atau 59,6% menyatakan setuju, 20 responden atau 20,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat menjaga hubungan baik dengan sesama pengguna *facebook* lainnya.

*Facebook* juga mendekatkan hubungan masing-masing orang karena dengan aplikasinya yang praktis, orang dapat meng-*update* statusnya sehingga orang bisa tahu keadaan seseorang walaupun mereka berjauhan. Adanya interaksi individu dengan individu lainnya akan memberikan pengaruh tertentu terhadap perkembangan individu. Responden menginginkan adanya pengaruh positif yang diperoleh setelah menjaga hubungan baik dengan sesama pengguna *facebook* lainnya.

Tabel 4.16

Menggunakan *facebook* agar lebih dikenal orang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidal Setuju	11	11.1	11.1	11.1
	Tidak Setuju	38	38.4	38.4	49.5
	Setuju	41	41.4	41.4	90.9
	Sangat Setuju	9	9.1	9.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 11 responden atau 11,1% menyatakan sangat tidak setuju, 38 responden atau 38,4% menyatakan tidak setuju, 41 responden atau 41,4% menyatakan setuju, 9 responden atau 9,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* agar lebih dikenal orang. Pengaruh media memang sangat kuat, terlebih pada masyarakat modern orang memperoleh banyak informasi tentang dunia melalui media. Penampilan seseorang melalui media akan berdampak pada citra dirinya. Perubahan citra juga terjadi karena adanya serangkaian perilaku.

Tabel 4.17

**Facebook dapat menghilangkan stres**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	43	43.4	43.4	47.5
Setuju	46	46.5	46.5	93.9
Sangat Setuju	6	6.1	6.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden atau 4,0% menyatakan sangat tidak setuju, 43 responden atau 43,4% menyatakan tidak setuju, 46 responden atau 46,5% menyatakan setuju, 6 responden atau 6,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat menghilangkan stress.

Michael Norden dalam bukunya *Beyond Prozac* yang dikutip oleh Lawrence: "Sayang sekali, di saat kita harus lebih bertoleransi terhadap stress, otak kita kekurangan kemampuan untuk mengatasinya".<sup>55</sup> Responden yang jenuh dengan aktivitas kesehariannya lebih memilih *facebook* sebagai sarana mereka menghilangkan stress, karena *facebook* mudah untuk diakses melalui *handphone* bahkan provider mereka menawarkan *facebook* gratis.

Tabel 4.18

<sup>55</sup> Lawrence: *Op.Cit.* hal 312-313

Menggunakan *facebook* dapat menghindari ketegangan dalam diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	31	31.3	31.3	31.3
	Setuju	53	53.5	53.5	84.8
	Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 31 responden atau 31,3% menyatakan tidak setuju, 53 responden atau 53,5% menyatakan setuju, 15 responden atau 15,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat menghindari ketegangan dalam diri.

Tabel 4.19

Menggunakan *facebook* hanya sekedar untuk kesenangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	11	11.1	11.1	12.1
	Setuju	67	67.7	67.7	79.8
	Sangat Setuju	20	20.2	20.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 1 responden atau 1,0% menyatakan sangat tidak setuju, 11 responden atau 11,1% menyatakan tidak setuju, 67 responden atau 67,7% menyatakan setuju, 20 responden atau 20,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* hanya sekedar untuk kesenangan. Semua orang menginginkan kesenangan, dan responden menganggap bahwa dari *facebook* pun mereka dapat memperolehnya. Akhirnya menggunakan *facebook* sudah menjadi kebiasaan untuk mereka. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan.<sup>56</sup>

Tabel 4.20

Menggunakan *facebook* hanya sekedar ikut-ikutan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	12	12.1	12.1	13.1
Setuju	72	72.7	72.7	85.9
Sangat Setuju	14	14.1	14.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

<sup>56</sup> Jalaluddin Rakhmat: *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya. 2005. hal 43

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 1 responden atau 1,0% menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden atau 12,1% menyatakan tidak setuju, 72 responden atau 72,7% menyatakan setuju, 14 responden atau 14,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* hanya sekedar ikut-ikutan. Manusia memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, termasuk dalam hal penggunaan media. Kita memerlukan kerangka rujukan (*frame of reference*) untuk mengevaluasi situasi baru dan mengarahkan tindakan yang sesuai.<sup>57</sup> Hal ini lah yang mencerminkan responden bahwa pada awalnya mereka hanya sekedar ikut-ikutan untuk menggunakan *facebook*.

Tabel 4.21

Menggunakan *facebook* karena tidak mau ketinggalan zaman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	13	13.1	13.1	13.1
Tidak Setuju	37	37.4	37.4	50.5
Setuju	34	34.3	34.3	84.8
Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

<sup>57</sup> Ibid. hal 38

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 13 responden atau 13,1% menyatakan sangat tidak setuju, 37 responden atau 37,4% menyatakan tidak setuju, 34 responden atau 34,3% menyatakan setuju, 15 responden atau 15,2% menyatakan sangat setuju menggunakan *facebook* karena tidak mau ketinggalan zaman. Hampir sama dengan hal ikut-ikutan, tidak mau ketinggalan zaman pun menjadi alasan responden memilih menggunakan *facebook* karena kehadiran teknologi akan meningkatkan status sosial penggunanya, dan media pun berfungsi dalam memberikan status. Karena namanya, gambarnya, atau kegiatannya dimuat oleh media maka orang, organisasi, atau lembaga mendadak mendapat reputasi yang tinggi.<sup>58</sup> Inilah yang menyebabkan banyak responden menggunakan *facebook* karena tidak mau ketinggalan zaman.

Tabel 4.22

**Facebook dapat memenuhi kebutuhan informasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	18	18.2	18.2	18.2
Setuju	61	61.6	61.6	79.8
Sangat Setuju	20	20.2	20.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

<sup>58</sup> Ibid. hal 225



Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 18 responden atau 18,2% menyatakan tidak setuju, 61 responden atau 61,6% menyatakan setuju, 20 responden atau 20,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat memenuhi kebutuhan informasi. Pengguna *facebook* memerlukan informasi mengenai berbagai hal misalnya peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain, dan lain-lain.

Tabel 4.23

**Facebook dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	18	18.2	18.2	18.2
	Setuju	67	67.7	67.7	85.9
	Sangat Setuju	14	14.1	14.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 18 responden atau 18,2% menyatakan tidak setuju, 67 responden atau 67,7% menyatakan setuju, 14 responden atau 14,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan. Ini hampir sama dengan pemenuhan kebutuhan akan informasi. *facebook* memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak bertambah pengetahuannya.

Fungsi ini berupa bentuk berita, artikel, atau berita bergambar yang mengandung aspek pengetahuan. Efek dari berbagai fungsi tersebut dapat dirasakan oleh khalayak dalam bentuk bertambahnya pengetahuan. Efek tersebut melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis. Hal tersebut dinamakan dengan efek kognitif. Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas.<sup>59</sup>

Tabel 4.24

Menggunakan *facebook* dapat memuaskan rasa penasaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	24	24.2	24.2	24.2
	Setuju	65	65.7	65.7	89.9
	Sangat Setuju	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 24 responden atau 24,2% menyatakan tidak setuju, 65 responden atau 65,7% menyatakan setuju, 10 responden atau 10,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat memuaskan rasa penasaran. Rasa penasaran dapat timbul akibat tidak terpenuhinya sebagian informasi dalam diri seseorang.

<sup>59</sup> Onong Uchjana Effendy. *Op.Cit* hal 318.

Hal ini yang mendorong responden menggunakan *facebook*. Dari *facebook* dapat diketahui beberapa informasi khususnya mengenai orang-orang di sekeliling kita.

Tabel 4.25

Menggunakan *facebook* karena fitur-fiturnya sangat memuaskan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	31	31.3	31.3	35.4
	Setuju	58	58.6	58.6	93.9
	Sangat Setuju	6	6.1	6.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden atau 4,0% menyatakan sangat tidak setuju, 31 responden atau 31,3% menyatakan tidak setuju, 58 responden atau 58,6% menyatakan setuju, 6 responden atau 6,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena fitur-fiturnya sangat memuaskan. Ada cukup banyak fitur aplikasi yang dimiliki oleh *facebook* dan uniknya, fitur-fitur aplikasi ini dapat berdiri sendiri.<sup>60</sup> Di antara berbagai aplikasi yang ada di *facebook* tersebut adalah *photos, poke, video, groups, event, notes, links* dan *gift*.

<sup>60</sup> Tim Perfect Com. *Op.Cit.* hal 89

Tabel 4.26

Menggunakan *facebook* dapat berbagi pengalaman dengan sesama pengguna *facebook* lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	77	77.8	77.8	77.8
Sangat Setuju	22	22.2	22.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 77 responden atau 77,8% menyatakan setuju, 22 responden atau 22,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat berbagi pengalaman dengan sesama pengguna *facebook* lainnya. *Information giver* (pemberi informasi) memberikan fakta atau generalisasi yang otoritatif, atau menghubungkan pengalamannya sendiri dengan masalah kelompok.<sup>61</sup> Seseorang akan terus mempelajari hubungan diantara berbagai peristiwa melalui pengalaman yang pernah dialaminya. Berdasarkan hal tersebut responden dapat berbagi pengalaman dengan menggunakan *facebook*.

Tabel 4.27

<sup>61</sup> Ibid. hal 172

Menggunakan *facebook* untuk meningkatkan standar hidup

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	17	17.2	17.2	17.2
	Tidak Setuju	50	50.5	50.5	67.7
	Setuju	19	19.2	19.2	86.9
	Sangat Setuju	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 17 responden atau 17,2% menyatakan sangat tidak setuju, 50 responden atau 50,5% menyatakan tidak setuju, 19 responden atau 19,2% menyatakan setuju, 13 responden atau 13,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* untuk meningkatkan standar hidup. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa siapa yang menguasai teknologi akan mampu meningkatkan standar hidup. Hal tersebut terjadi karena teknologi membawa kita pada tingkat kehidupan yang lebih maju. Oleh sebab itulah responden merasa dengan menggunakan *facebook* dapat meningkatkan standar hidup.

Tabel 4.28

Menggunakan *facebook* merasa lebih percaya diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	14	14.1	14.1	14.1
	Tidak Setuju	47	47.5	47.5	61.6
	Setuju	28	28.3	28.3	89.9
	Sangat Setuju	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 14 responden atau 14,1% menyatakan sangat tidak setuju, 47 responden atau 47,5% menyatakan tidak setuju, 28 responden atau 28,3% menyatakan setuju, 10 responden atau 10,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat merasa lebih percaya diri. Kepercayaan diri dalam hal ini masih berhubungan dengan peningkatan standar hidup. Mampu meningkatkan standar hidup pasti menimbulkan rasa percaya diri pada seseorang.

Tabel 4.29

Menggunakan *facebook* dapat memiliki pendapat sendiri mengenai suatu hal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	31	31.3	31.3	35.4
	Setuju	51	51.5	51.5	86.9
	Sangat Setuju	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden atau 4,0% menyatakan sangat tidak setuju, 31 responden atau 31,3% menyatakan tidak setuju, 51 responden atau 51,5% menyatakan setuju, 13 responden atau 13,1% menyatakan sangat setuju bahwa menggunakan *facebook* dapat memiliki pendapat sendiri mengenai suatu hal. Setelah terpenuhinya informasi akan sesuatu maka kita dapat memiliki pendapat sendiri tentang hal tersebut. Jadi, kita tidak hanya dapat mendukung pernyataan orang lain, namun kita mampu untuk memiliki pendapat sendiri.

Tabel 4.30

**Facebook dapat memenuhi kebutuhan tentang peneguhan kontak dengan keluarga,  
teman dan dunia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	9	9.1	9.1	12.1
	Setuju	71	71.7	71.7	83.8
	Sangat Setuju	16	16.2	16.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden atau 3,0% menyatakan sangat tidak setuju, 9 responden atau 9,1% menyatakan tidak setuju, 71 responden atau 71,7% menyatakan setuju, 16 responden atau 16,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat memenuhi kebutuhan tentang peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Ketika pertama kali kita memasuki kelompok, biasanya kita cemas bagaimana seharusnya kita menyesuaikan diri. Kita takut diabaikan, kita cemas bagaimana kita harus melibatkan diri dengan kelompok dan berhubungan dengan anggota kelompok yang lain, artinya sejauh mana kita harus melakukan interaksi sosial.<sup>62</sup>

Tabel 4.31

<sup>62</sup> Jalaluddin Rakhmat. *Op.Cit.* hal 167



**Menggunakan *facebook* dapat saling kontak dan berbagi pengetahuan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Setuju	66	66.7	66.7	70.7
	Sangat Setuju	29	29.3	29.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden atau 4,0% menyatakan tidak setuju, 66 responden atau 66,7% menyatakan setuju, 29, responden atau 29,3% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat saling kontak dan berbagi pengetahuan dengan sesama pengguna *facebook* lainnya. Ilmu pengetahuan akan lebih berguna jika dapat dibagikan dengan orang lain.

**Tabel 4.32**

**Menggunakan *facebook* dapat meningkatkan daya imajinasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	37	37.4	37.4	37.4
	Setuju	47	47.5	47.5	84.8
	Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 37 responden atau 37,4% menyatakan tidak setuju, 47 responden atau 47,5% menyatakan setuju, 15 responden atau 15,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat meningkatkan daya imajinasi. Dengan imajinasi, manusia mengembangkan sesuatu dari kesederhanaan menjadi lebih bernilai dalam pikirannya. Imajinasi lebih penting dari pengetahuan, sebab pengetahuan itu terbatas sedangkan imajinasi merangkul seluruh dunia, mendorong perubahan, dan melahirkan kemajuan manusia.

Tabel 4.33

**Menggunakan *facebook* dapat membuat merasa santai**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	31	31.3	31.3	34.3
	Setuju	55	55.6	55.6	89.9
	Sangat Setuju	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden atau 3,0% menyatakan sangat tidak setuju, 31 responden atau 31,3% menyatakan tidak setuju, 55 responden atau 55,6% menyatakan setuju, 10 responden atau 10,1% menyatakan sangat setuju.

Jika rasa santai sudah diperoleh maka mereka dapat meningkatkan kemampuan untuk berkonsentrasi atau mengoptimalkan aktivitas. Rasa santai tersebut diperoleh setelah mereka menggunakan *facebook*, karena *facebook* memberikan kenyamanan yang ada pada setiap aplikasinya.

Tabel 4.34

Menggunakan *facebook* dapat terhindar dari rasa sepi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	17	17.2	17.2	21.2
Setuju	66	66.7	66.7	87.9
Sangat Setuju	12	12.1	12.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden atau 4,0% menyatakan sangat tidak setuju, 17 responden atau 17,2% menyatakan tidak setuju, 66 responden atau 66,7% menyatakan setuju, 12 responden atau 12,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* karena dapat terhindar dari rasa sepi. *Facebook* memberikan hiburan tersendiri bagi responden sehingga dapat menghilangkan rasa bosan.

Ketika responden tidak ada kegiatan, mereka lebih sering menggunakan *facebook* untuk menghindari rasa sepi daripada harus keluar rumah mencari hiburan lain. Selain itu mereka menganggap hiburan lain akan lebih banyak mengeluarkan biaya.

Tabel 4.35

Menggunakan *facebook* untuk mengisi waktu luang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1
	Setuju	68	68.7	68.7	75.8
	Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden atau 7,1% menyatakan tidak setuju, 68 responden atau 68,7% menyatakan setuju, 24 responden atau 24,2% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* untuk mengisi waktu luang. Sebagian besar responden menggunakan *facebook* untuk mengisi waktu luang, karena menurut mereka *facebook* dapat memberikan hal-hal yang menarik. Jadi daripada menghabiskan waktu untuk hal-hal yang tidak berguna lebih baik mereka menggunakan *facebook*.

Tabel 4.36

Menggunakan *facebook* untuk sejenak melupakan aktivitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidal Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	17	17.2	17.2	18.2
	Setuju	71	71.7	71.7	89.9
	Sangat Setuju	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 1 responden atau 1,0% menyatakan sangat tidak setuju, 17 responden atau 17,2% menyatakan tidak setuju, 71 responden atau 71,7% menyatakan setuju, 10 responden atau 10,1% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden menggunakan *facebook* untuk sejenak melupakan aktivitas. Aktivitas yang terlalu padat kadang memberikan rasa penat bagi mahasiswa, sehingga *facebook* dijadikan sebagai sarana untuk sejenak melupakan aktivitas.

**4.3 Pengujian Koefisien Korelasi Hubungan antara Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial *Facebook* terhadap Kepuasan yang Diperoleh**

Selanjutnya peneliti ingin mengetahui adakah hubungan antara motif mahasiswa menggunakan jejaring sosial *facebook* terhadap kepuasan yang diperoleh, serta kekuatan antara variabel bebas (motif mahasiswa) dengan variabel terikat (kepuasan).

Tabel 4.37

***Correlations***

		Motif Mahasiswa	Kepuasan
Motif Mahasiswa	Pearson Correlation	1	.813
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan	Pearson Correlation	.813	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data kuesioner yang diolah dalam SPSS

Kriteria yang menunjukkan kuat lemahnya korelasi adalah sebagai berikut:

1. Angka korelasi berkisar antara 0 s/d 1.
2. Besar kecilnya angka korelasi menentukan kuat lemahnya hubungan kedua variabel.

Tabel 4.38  
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono<sup>63</sup>

3. Korelasi dapat positif dan negatif. Korelasi positif menunjukkan arah yang sama pada hubungan antarvariabel. Artinya, jika variabel 1 besar maka variabel 2 semakin besar pula. Sebaliknya korelasi negatif menunjukkan arah yang berlawanan. Artinya, jika variabel 1 besar maka variabel 2 menjadi kecil.
4. Signifikansi hubungan dua variabel dapat dianalisa dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>64</sup>

Jika probabilitas < 0,05 maka hubungan kedua variabel signifikan.

Jika probabilitas > 0,05 maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

Berdasarkan kriteria tersebut maka hasil yang diperoleh dari tabel korelasi di atas maka dapat diketahui bahwa korelasi antara motif mahasiswa dengan kepuasan menunjukkan angka korelasi sebesar 0,813 dengan nilai signifikansi (Sig (2 tailed)) sebesar 0,000.

<sup>63</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta, 2005. hal 261

<sup>64</sup> Jonathan Sarwono. *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14*. Yogyakarta: Andi, 2006. hal 86

Hasil tersebut menunjukkan korelasi yang sangat kuat dan searah. Artinya, jika variabel motif semakin besar maka variabel kepuasan akan semakin besar pula.

Terlihat angka probabilitas hubungan antara variabel motif dengan kepuasan yaitu sebesar 0,000. Dikarenakan  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat hubungan antara variabel motif mahasiswa dengan kepuasan. Angka probabilitas  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan kedua variabel tersebut signifikan. Hubungan yang positif, kuat atau signifikan artinya jika variabel motif mahasiswa mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan. Hal ini berarti hubungan yang ada bersifat searah. Jadi hubungan antara variabel motif mahasiswa dengan kepuasan adalah kuat, signifikan dan searah.

#### 4.4 Analisis Pengaruh Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial Facebook

Setelah diketahui bahwa hubungan yang kuat dan signifikan antara kedua variabel tersebut, selanjutnya peneliti ingin melihat seberapa besar variabel independent dapat mempengaruhi variabel dependennya.

Tabel 4.39

*Variables Entered/Removed<sup>a</sup>*

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motif Mahasiswa <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan



Tabel diatas menunjukkan variabel yang dimasukkan (variables entered) adalah motif, dan tidak ada variabel yang dikeluarkan (variables removed).

Tabel 4.40

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 <sup>a</sup>	.661	.657	3.473

a. Predictors: (Constant), Motif Mahasiswa

Besarnya angka koefisien determinasi dalam perhitungan di atas adalah 0,661 atau sama dengan 66,1%, sehingga diperoleh hasil bahwa sebesar 66,1% variabel kepuasan dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel motif mahasiswa. Dengan kata lain besarnya pengaruh variabel motif mahasiswa terhadap kepuasan adalah 66,1%, sedangkan sisanya yaitu 33,9 (100% - 66,1%) dijelaskan oleh faktor lain.

Tabel 4.41

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.968	2.416		4.126	.000
	Motif Mahasiswa	.799	.058	.813	13.739	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Konstanta sebesar 9,968 menyatakan apabila tidak ada motif mahasiswa, maka besar kepuasan yang diperoleh adalah sebesar 0,799.

Angka koefisien beta yang positif ini menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel penelitian adalah positif. Positif tersebut berarti semakin tinggi skor motif mahasiswa, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang diperoleh.

Tabel 4.42  
 Nilai Tingkatan Subvariabel Motif  
**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Motif Kognitif (Cognitive)	99	7.78	1.482	5	12
Motif Afektif (Affective)	99	5.46	1.146	2	8
Motif Pribadi (Personal)	99	5.48	.983	4	8
Motif Sosial (Social)	99	10.90	2.013	8	16
Motif Pelepasan (Escapist)	99	11.45	1.554	9	15

Berdasarkan tabel 4. di atas diperoleh hasil nilai mean (nilai rata-rata) skor kuesioner tertinggi untuk subvariabel motif ada pada motif pelepasan (*escapist*) yaitu sebesar 11.45, pada tingkat kedua ada pada motif sosial (*social*) yaitu sebesar 10.90, tingkat ketiga ada pada motif kognitif (*cognitive*) yaitu sebesar 7.78, tingkat keempat ada pada motif pribadi yaitu sebesar 5.48, dan tingkat terendah ada pada motif afektif (*affective*) yaitu sebesar 5.46.

Nilai mean ini mengandung pengertian bahwa responden menggunakan *facebook* karena sebagian besar menganggap bahwa motif pelepasan (*escapist*) sebagai motif tertinggi dan motif sosial (*social*) sebagai motif kedua mereka yang ingin dipenuhi melalui penggunaan *facebook*. Angka minimum dan maksimum berarti nilai skor terendah dan tertinggi dari setiap jawaban kuesioner responden.

Tabel 4.43  
 Nilai Tingkatan Subvariabel Kepuasan

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kepuasan Kognitif (Cognitive)	99	8.84	1.368	6	12
Kepuasan Afektif (Affective)	99	5.89	.794	4	8
Kepuasan Pribadi (Personal)	99	7.36	1.961	5	12
Kepuasan Sosial (Social)	99	9.13	1.345	6	12
Kepuasan Pelepasan (Escapist)	99	11.59	1.830	9	16

Berdasarkan table 4, di atas diperoleh hasil nilai mean (nilai rata-rata) skor kuesioner tertinggi untuk subvariabel kepuasan ada pada kepuasan pelepasan (*escapist*) yaitu sebesar 11.59, tingkat kedua ada pada kepuasan sosial (*social*) yaitu sebesar 9.13, tingkat ketiga ada pada kepuasan kognitif (*cognitive*) yaitu sebesar 8.84, tingkat keempat ada pada kepuasan pribadi yaitu sebesar 7.36 dan tingkat terendah ada pada motif afektif (*affective*) yaitu sebesar 5.89.

Nilai mean ini mengandung pengertian bahwa responden setelah menggunakan *facebook* sebagian besar menganggap bahwa kepuasan pelepasan (*escapist*) sebagai kepuasan tertinggi dan kepuasan sosial (*social*) sebagai kepuasan kedua mereka yang telah terpenuhi setelah menggunakan *facebook*. Angka minimum dan maksimum berarti nilai skor terendah dan tertinggi dari setiap jawaban kuesioner responden.

#### 4.5 Uji Hipotesis

Pengujian dilakukan dengan menggunakan angka signifikansi atau Sig dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>65</sup>

- Jika angka signifikansi penelitian  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika angka signifikansi penelitian  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.44  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2277.112	1	2277.112	188.747	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1170.242	97	12.064		
	Total	3447.354	98			

a. Predictors: (Constant), Motif Mahasiswa

b. Dependent Variable: Kepuasan

Dari tabel di atas diperoleh hasil angka signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut berarti  $0,000 < 0,005$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara motif menggunakan jejaring sosial *facebook* dengan kepuasan yang diperoleh mahasiswa Untirta. Dari hasil yang sama dapat disimpulkan pula bahwa ada hubungan linier antara motif menggunakan *facebook* dengan kepuasan yang diperoleh. Dengan demikian, terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

<sup>65</sup> Jonathan Sarwono. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Yogyakarta: Andi, 2006. hal 124

#### 4.6 Pembahasan

Penelitian ini menggunakan *uses and gratifications model* (model kegunaan dan kepuasan). Dalam model ini khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Benang merah dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui apakah media baru dapat memenuhi kepuasan akan kebutuhan khalayak. Kaitannya dalam menggunakan media, berbagai jenis kebutuhan tersebut yaitu *cognitive needs* (kebutuhan kognitif), *affective needs* (kebutuhan afektif), *personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif), *social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif), dan *escapist needs* (kebutuhan pelepasan). Kebutuhan-kebutuhan inilah yang menjadi motif mahasiswa Untirta menggunakan jejaring sosial *facebook*.

Dalam penelitian ini yang menjadi motif tertinggi mahasiswa adalah *escapist needs* (kebutuhan pelepasan). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang mahasiswa menggunakan *facebook* karena dapat menghilangkan stres menunjukkan 46 responden atau 46,5% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat terhindar dari kekakuan teknologi khususnya internet menunjukkan 53 atau 53,5% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* hanya sekedar untuk kesenangan menunjukkan 67 atau 67,7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* hanya sekedar ikut-ikutan menunjukkan 72 atau 72,7% responden menyatakan setuju.

Urutan kedua ada pada motif *social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang mahasiswa menggunakan *facebook* dapat menjaga hubungan baik dengan sesama pengguna *facebook* lainnya menunjukkan 59 atau 59,6% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang mahasiswa menggunakan *facebook* karena berhubungan dengan pekerjaan menunjukkan 57 atau 57,6% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang mahasiswa menggunakan *facebook* karena tidak mau ketinggalan zaman menunjukkan 37 atau 37,4% responden menyatakan tidak setuju. Pada pernyataan tentang mahasiswa menggunakan *facebook* agar lebih dikenal orang menunjukkan 41 atau 41,4% responden menyatakan setuju.

Urutan ketiga ada pada motif *cognitive needs* (kebutuhan kognitif). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang *facebook* dapat memperluas lingkungan sosial menunjukkan 61 atau 61,6% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang *facebook* dapat membentuk lingkungan sosial yang baru menunjukkan 56 atau 56,6% responden menyatakan tidak setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* karena berhubungan dengan tugas kuliah menunjukkan 60 atau 60,6% responden menyatakan setuju.

Urutan keempat ada pada motif *personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang *facebook* dapat mempengaruhi dalam pengambilan suatu keputusan menunjukkan 65 atau 65,7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang *facebook* dapat mempengaruhi dalam bertindak menunjukkan 48 atau 48,5% responden tidak setuju.

Urutan kelima atau yang paling terakhir ada pada motif *affective needs* (kebutuhan afektif). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang *facebook* dapat menyalurkan emosi menunjukkan 52 atau 52,5% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang *facebook* dapat menambah pengalaman menunjukkan 51 atau 51,5% responden tidak setuju.

Kebutuhan-kebutuhan yang dapat terpenuhi menunjukkan sebagai gratifikasi atau fungsi media. Dari penggunaan fungsi media tersebut dapat diketahui kepuasan yang diperoleh khalayak.

Dalam penelitian ini yang menjadi tingkat kepuasan pertama ada pada kepuasan pelepasan (*escapist*). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang menggunakan *facebook* dapat meningkatkan daya imajinasi menunjukkan 47 atau 47,5% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat membuat merasa santai menunjukkan 55 atau 55,6% responden menyatakan setuju.

Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* untuk mengisi waktu luang menunjukkan 68 atau 68,7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* untuk sejenak melupakan aktivitas menunjukkan 71 atau 71,7% responden menyatakan setuju.

Urutan kedua ada pada kepuasan sosial (*social*). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang menggunakan *facebook* dapat memenuhi kebutuhan tentang pemahaman sosial menunjukkan 71 atau 71,7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat berbagi pengetahuan dengan sesama pengguna *facebook* lainnya menunjukkan 66 atau 66,7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat terhindar dari rasa sepi menunjukkan 66 atau 66,7% responden menyatakan setuju.

Urutan ketiga ada pada kepuasan kognitif (*cognitive*). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang menggunakan *facebook* dapat memenuhi kebutuhan informasi menunjukkan 61 atau 61,6% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan menunjukkan 67 atau 67,7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat memuaskan rasa penasaran menunjukkan 65 atau 65,7% responden menyatakan setuju.



Urutan keempat ada pada kepuasan pribadi (*personal*). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang menggunakan *facebook* untuk meningkatkan standard hidup menunjukkan 50 atau 50,5% responden menyatakan tidak setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* merasa lebih percaya diri menunjukkan 47 atau 47,5% responden menyatakan tidak setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat memiliki pendapat sendiri mengenai suatu hal menunjukkan 51 atau 51,5% responden menyatakan setuju.

Urutan kelima ada pada kepuasan afektif (*affective*). Hal tersebut terbukti setelah mendapatkan hasil penelitian pada pernyataan dalam kuesioner tentang menggunakan *facebook* karena fitur-fiturnya sangat memuaskan menunjukkan 58 atau 58,6% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan tentang menggunakan *facebook* dapat berbagi pengalaman dengan sesama pengguna *facebook* lainnya menunjukkan 77 atau 77,8% responden menyatakan setuju.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui antara kebutuhan dan kepuasan menunjukkan tingkatan yang sama, yaitu pada tingkat pertama ada pada kebutuhan dan kepuasan pelepasan (*escapist*), yang kedua ada pada sosial (*social*), ketiga ada pada kognitif (*cognitive*), keempat ada pada pribadi (*personal*), dan kelima ada pada afektif (*affective*).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang motif mahasiswa menggunakan jejaring sosial *facebook* pada mahasiswa Untirta angkatan 2008-2010 diketahui bahwa analisis korelasi *Pearson Product Moment* menunjukkan terdapat hubungan yang kuat, positif dan signifikan antara motif menggunakan jejaring sosial *facebook* dengan kepuasan yang diperoleh sebesar 0,813. Kemudian perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,661 atau sama dengan 66,1%. Sehingga dapat dijelaskan bahwa sebesar 66,1% kepuasan yang diperoleh dipengaruhi oleh motif, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Motif menunjukkan adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi. Dalam penelitian ini kebutuhan tersebut antara lain kebutuhan kognitif (*cognitive needs*), kebutuhan afektif (*affective needs*), kebutuhan pribadi secara integratif (*personal integrative*), kebutuhan sosial secara integratif (*social integrative*), dan kebutuhan pelepasan (*escapist needs*). Motif mahasiswa Untirta dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini dilihat dari mayoritas mahasiswa Untirta setuju terhadap indikator motif yaitu *facebook* dapat memperluas lingkungan sosial, menyalurkan emosi, mempengaruhi dalam mengambil suatu keputusan, menjaga hubungan baik, dan hanya sekedar ikut-ikutan.

Motif tersebut berpengaruh pada kepuasan yang diperoleh mahasiswa.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi motif tertinggi terdapat pada kebutuhan pelepasan (*escapist needs*). Hal ini dapat dilihat dari mayoritas mahasiswa Untirta menyatakan setuju terhadap indikator motif yaitu mahasiswa menggunakan *facebook* karena dapat menghilangkan stress, dapat terhindar dari kekakuan teknologi khususnya internet, hanya untuk kesenangan dan sekedar ikut-ikutan.
3. Kepuasan mahasiswa Untirta menggunakan *facebook* terdapat pada kepuasan akan kebutuhan pelepasan (*escapist needs*). Hal ini dilihat dari mayoritas mahasiswa Untirta menyatakan setuju terhadap indikator kepuasan yaitu mahasiswa menggunakan *facebook* karena dapat meningkatkan daya imajinasi, membuat merasa santai, mengisi waktu luang, dan sejenak melupakan aktifitas.

## 5.2 Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar motif mahasiswa tersebut dapat disalurkan dengan baik melalui pemenuhan kebutuhan dengan menggunakan *facebook* sehingga dapat diperoleh kepuasan yang lebih maksimal.
2. Telah diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motif tertinggi ada pada kebutuhan pelepasan (*escapist needs*).  
Peneliti menyarankan agar mahasiswa dapat memanfaatkan *facebook* dengan baik untuk berbagai kebutuhan lainnya yaitu untuk kebutuhan

kognitif (*cognitive*), afektif (*affective*), pribadi (*personal*), dan sosial (*social*). Hal ini disebabkan jika media disalahgunakan maka dapat berdampak negatif, tetapi jika tepat penggunaannya maka media tersebut tidak hanya sekedar dapat memenuhi kebutuhan melainkan juga dapat memberikan kepuasan.

3. Telah diketahui bahwa kepuasan tertinggi mahasiswa ada pada kepuasan pelepasan (*escapist*). Maka peneliti menyarankan kepada pihak *facebook* untuk membuat aplikasi pada *facebook* yang lebih variatif lagi sesuai dengan motif mahasiswa agar kepuasan akan kebutuhan kognitif (*cognitive*), afektif (*affective*), pribadi (*personal*), sosial (*social*) dapat terpenuhi juga dengan baik dan seimbang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ardiyanto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Public Relations Praktis "Pendekatan Praktis Menjadi Komunikator, Orator, Presenter, dan Juru Kampanye Handal"*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Black, James A. Champion, Dean J. 2009. *Metode & Masalah Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Briggs, Asa. Burke, Peter. 2006. *Sejarah Sosial Media dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Aditya Bakti.
- Gerungan, 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Hasan, Iqbal. 2005. *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta: Prenhallindo.

- Kadir, Abdul, Triwahyuni, Terra CH. 2005. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Munandar, Ashar Sunyoto. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Prasetyo, Bambang, Jannah, Lina Miftahul. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Konsep dan Aplikasi
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Yogyakarta: Andi.
- Shapiro, Lawrence E. 2003. *Mengajarkan Emotional Intelligence pada Anak*. Jakarta: Gramedia
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Shoelhi, Mohammad. 2009. *Komunikasi Internasioanal Perspektif Jurnalistik*. Bandung: Rekatama Media.
- Singarimbun, Masri. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

- Siregar, Ade Rahmawati. 2006. *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ditinjau dari Pola Asuh*. Skripsi tidak diterbitkan. Medan: Fakultas Kedokteran Universitas Sumatera Utara.
- Soehartono, Irawan. 2004. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta
- Sujianto, Agus. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Tim Penyusun. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Perfect Com. 2011. *Tutorial Praktis Menggunakan Facebook*. Surabaya: Indah.
- Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis dan Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ustadianto, Riyeke. Ratna, Silvia. 2002. *Internet Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.

#### Sumber Lain

Lukas Gentara. 2010. *Kasus Penyalahgunaan Facebook pada Remaja*,

(Online)(<http://www.gen22.net/2010/02/kasus-penyalahgunaan-facebook-pada.html>, diakses 15 Desember 2011).

Justin Tadlock. 2008. *Perkembangan Internet* (Online),

(<http://i3ndr4.blogdetik.com/2008/08/02/perkembangan-internet/>).

Mastergomaster. 2010. *Perkembangan Internet dan Manfaat dari Internet*

(Online). (<http://mastergomaster.com/sejarah-internet-dunia/perkembangan-internet-dan-manfaat-dari-internet/>).

Yudhi'm. 2008. *Sejarah Internet* (Online).

(<http://yudhim.blogspot.com/2008/02/sejarah-internet.html>).

Dian Sidik. *Sejarah Perkembangan Internet* (Online).

(<http://diansidik.wordpress.com/2006/09/09/sejarah-perkembangan-internet/>,diakses 14 Agustus 2011).

Idavaz. 2011. *Definisi Facebook*, (Online), (<http://www.idafazz.com/pengertian-facebook.php>,

diakses 3 Agustus 2011).

Ade Zaldi. 2009. *Pengertian Facebook*, (Online), (<http://id.shvoong.com/internet-and-technologies/websites/1918499-pengertian-facebook/>,

3 Agustus 2011).



No. Responden (diisi peneliti)

--	--

## KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya Ratna Juwita Sari mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, sedang melakukan penelitian yang berjudul **“Motif Mahasiswa Untirta Menggunakan Jejaring Sosial Facebook pada Mahasiswa Untirta Angkatan 2008-2010”**. Saya mohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini, berdasarkan pengalaman anda ketika menggunakan *facebook*. Data dari informasi yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk kepentingan akademis semata. Atas partisipasinya mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

### Petunjuk pengisian

**Isilah identitas responden terlebih dahulu, kemudian berilah tanda checklist (√) pada pilihan jawaban yang tersedia di bawah ini sesuai dengan pilihan jawaban yang anda inginkan terhadap pernyataan berikut**

### Identitas Responden

Nama/NIM : .....

Fakultas/Jurusan : .....

Angkatan tahun kuliah : .....

Usia saat ini : ..... tahun

Jenis kelamin : .....

Asal daerah : 1. Serang 2. Cilegon 3. Pandeglang 4. Lebak 5.  
Lain-lain .....

**Arti pilihan jawaban untuk pernyataan-pernyataan di bawah ini adalah sebagai berikut:**

**SS = Sangat Setuju**

**S = Setuju**

**TS = Tidak Setuju**

**STS = Sangat Tidak Setuju**

No.	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> karena berhubungan dengan tugas kuliah				
2.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat menyalurkan emosi				
3.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat menambah pengalaman estetis saya				
4.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat mempengaruhi saya dalam pengambilan suatu keputusan				
5.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat mempengaruhi saya dalam bertindak				
6.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> karena berhubungan dengan pekerjaan				
7.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat membentuk lingkungan sosial yang baru				
8.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat memperluas lingkungan sosial				
9.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat menjaga hubungan				

	baik dengan sesama pengguna <i>Facebook</i> lainnya				
10.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> agar lebih dikenal orang				
11.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat menghilangkan stres				
12.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat menghindari ketegangan dalam diri saya				
13.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> hanya sekedar untuk kesenangan				
14.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> hanya sekedar ikut-ikutan				
15.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> karena tidak mau ketinggalan zaman				
16.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat memenuhi kebutuhan informasi saya				
17.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat memenuhi kebutuhan pengetahuan saya				
18.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat memuaskan rasa penasarannya akan sesuatu				
19.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> karena fasilitasnya sangat memuaskan				
20.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat berbagi pengalaman dengan sesama pengguna <i>Facebook</i> lainnya				
21.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> untuk meningkatkan standar hidup				
22.	Menggunakan <i>Facebook</i> membuat saya merasa lebih percaya diri				
23.	Menggunakan <i>Facebook</i> membuat saya memiliki pendapat sendiri mengenai suatu hal				

24.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat memenuhi kebutuhan tentang peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia				
25.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat saling kontak dan berbagi pengetahuan				
26.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat meningkatkan daya imajinasi saya				
27.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat membuat saya merasa santai				
28.	Menggunakan <i>Facebook</i> dapat membuat saya terhindar dari rasa sepi				
29.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> untuk mengisi waktu luang				
30.	Saya menggunakan <i>Facebook</i> untuk sejenak melupakan aktivitas				

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ratna Juwita Sari  
Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 01 Mei 1989  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Kristen  
Alamat : Lebak Indah D25 No.26 RT 05/05 Serang-Banten  
No. Tlp : 085780563430  
Email : [ratnajuwitasari35@yahoo.com](mailto:ratnajuwitasari35@yahoo.com)  
[natari.amos@gmail.com](mailto:natari.amos@gmail.com)



### Pendidikan

1995 – 2001 : SDN Bhayangkari I Serang  
2001 - 2004 : SMP Mardi Yuana Serang  
2004 - 2007 : SMA Mardi Yuana Serang  
2007 - sekarang : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang

### Pengalaman Kerja

2011 : Binops Reskrimum Polda Banten