

**PENERIMAAN MEDIA SOSIAL PADA KALANGAN MAHASISWA
PERGURUAN TINGGI NEGERI
DI KOTA PEKANBARU**

Rumyeni, Yasir & Ringgo Eldapi Yozani
Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Abstrak

Tidak dapat dipungkiri penggunaan media sosial terus meningkat dari waktu ke waktu. Media sosial dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbagai tujuan. Berbagai fitur dan aplikasi yang lengkap dan menarik menjadikan media sosial sangat mudah untuk diterima oleh berbagai kalangan. Model penerimaan teknologi (technology acceptance model) atau yang biasa disingkat dengan TAM oleh Davis (1989) mengasumsikan bahwa faktor kemudahan dan manfaat yang dirasakan memberikan pengaruh terhadap penerimaan atau penggunaan dari teknologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh faktor kemudahan dan manfaat media sosial yang dirasakan oleh pengguna dalam hal ini adalah mahasiswa di kota Pekanbaru terhadap penerimaan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 166 orang responden mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik faktor kemudahan maupun manfaat yang dirasakan sama-sama memberikan pengaruh terhadap penerimaan media sosial di kalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru. Pengaruh tersebut termasuk dalam kategori sedang yaitu pada angka 40,5 persen.

Kata Kunci: media sosial, technology acceptance model, mahasiswa

PENDAHULUAN

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat dewasa ini. Media sosial merupakan bagian integral dari evolusi keberadaan internet atau web. Media situs jejaring sosial tumbuh sangat cepat dan sangat populer. Satu di antara yang paling populer adalah Facebook. Facebook adalah situs *web* jejaring sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, mantan mahasiswa Harvard. Media sosial ini awalnya digunakan sebagai media untuk saling mengenal dan berkomunikasi serta berbagi informasi di kalangan mahasiswa Universitas Harvard.

Menurut pendapat Adnan yang dikutip oleh Destiana et.al (2013) seandainya Facebook adalah sebuah negara ia akan menjadi negara ke tiga terbesar di dunia. Sedangkan Twitter yang awalnya dirancang untuk digunakan sebagai aplikasi pendukung dalam pekerjaan dan berkomunikasi dalam kelompok kecil, sekarang ini justru menjadi *microblogging* pertukaran informasi terbesar di dunia (Hughes & Palen 2009) dengan kemampuannya menyampaikan 350 juta Tweets per hari yang didominasi oleh pengguna generasi muda.

Melalui media sosial, segala informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia dapat dengan mudah dan cepat diperoleh, baik mengenai isu politik, ekonomi, sosial budaya, hiburan, olahraga dan isu-isu lainnya. Kadang suatu informasi yang ada di media sosial tidak tertulis di surat kabar maupun disiarkan di media elektronik, bahkan media sosial turut serta membantu menyebarkan. Kemudahan yang terdapat dalam mengakses media sosial telah menyebabkan meledaknya jumlah penggunanya dari waktu ke waktu. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika bahwa pengguna Internet Indonesia telah mencapai angka 55 juta hingga Desember 2011 (Kominfo 2011), yang berarti jumlah pengguna tentu sudah jauh di atas angka tersebut saat ini. Sementara itu, jumlah pengguna twitter di Indonesia sebelum 1 Januari 2012 mencapai 19,5 juta orang. Jumlah tersebut menempati posisi kelima di dunia setelah Amerika Serikat (107 juta), Brasil (33 Juta), Jepang (29 Juta), dan Inggris (24 Juta) (Nurudin, 2012).

Kehadiran media sosial telah membawa kepada perubahan ke arah partisipasi masyarakat secara online. Partisipasi masyarakat bukan hanya terjadi di dunia nyata tetapi juga di dunia maya (Ali & Samsudin, 2012). Bahkan, media sosial telah memberikan dampak terhadap penglibatan masyarakat dalam isu terkini. Penglibatan ini meliputi aktif mengikuti perkembangan isu terkini melalui blog, membentuk online group untuk menyampaikan aspirasi, membuat blog tentang isu terkini, memberi komentar dalam berita online, artikel/ blog, ikut serta dalam diskusi online, mengunggah ataupun menyebar luaskan berita yang berkaitan dengan isu terkini (PewInternet 2009; Ali & Samsudin 2012).

Pesatnya pertumbuhan *smartphone* dan gadget serupa juga menjadi faktor pendorong dalam kejayaan media sosial. Perangkat tersebut menjadikan pengguna lebih mudah mengakses media sosial di manapun dan kapanpun. Perkembangan media sosial Facebook yang semakin pesat dengan ragam aplikasi seperti mengirim pesan, mengunggah dan mengunduh gambar, *games*, *chat*, musik, tayangan video menyebabkan penggunanya senantiasa menghabiskan waktu di hadapan layar gadget miliknya.

Sebagian besar pengguna media sosial adalah anak muda yang dilahirkan pada tahun akhir 80-an atau awal 90-an. Nielsen (2011) melaporkan bahwa pengguna didominasi oleh wanita dan berusia 18-34 tahun adalah yang paling aktif dalam media sosial. Mereka menggunakan dengan pesat media baru dan teknologi terkini. Mereka

berminat dan lebih tertarik dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan Internet dan aplikasinya.

Mahasiswa merupakan kelompok usia remaja yang paling banyak mengakses media sosial untuk berbagai keperluan mereka. Mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan sesama temannya, untuk mencari berbagai informasi, berita, dan hiburan, maupun untuk hal lain yang berkaitan dengan urusan akademik. Banyak juga dari kalangan mahasiswa yang aktif memposting berita dan informasi baik di Facebook, twitter, blog, dan lainnya. Kemudahan dan manfaat yang dirasakan mahasiswa dengan adanya media sosial membuat media baru ini banyak digemari oleh kalangan remaja khususnya mahasiswa.

Davis (1989) telah membangun sebuah model untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan terhadap teknologi informasi dan komunikasi (ICT) yaitu Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) atau disingkat dengan TAM. TAM merumuskan dua faktor utama dalam penerimaan pengguna terhadap teknologi baru yaitu faktor kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) dan manfaat yang dapat dirasakan (*perceived usefulness*).

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan penerapan model penerimaan teknologi (TAM). Diantara penelitian tersebut dilakukan oleh Destiana, et al pada tahun 2013 dengan judul Penerimaan media sosial: kajian dalam kalangan mahasiswa universitas di Palembang. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan dan pengalaman pengguna dalam menggunakan media sosial khususnya di kalangan mahasiswa universitas di Palembang dengan menggunakan Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*) oleh Davis (1989). Peneliti melakukan survei terhadap 298 mahasiswa di Palembang, yang berumur antara 17 hingga 25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor, tetapi faktor kemudahan penggunaan, faktor kaitan, dan rangkaian antarpribadi dan sosial yang memberikan pengaruh signifikan pada penerimaan dan penggunaan.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Monisa pada tahun 2012 dengan judul persepsi kemudahan dan penggunaan OPAC perpustakaan Unair. Penelitian ini menggambarkan penerimaan OPAC oleh pengguna Perpustakaan dengan menggunakan variabel TAM Davis 1989 yakni *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan *accepted* (penerimaan) OPAC dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan pengguna OPAC Perpustakaan Universitas Airlangga belum optimal. Pengguna merasakan kemudahan dan kegunaan dalam mengakses OPAC, namun karena adanya ketidaksesuaian antara informasi yang disediakan OPAC dengan kondisi di rak maka ini membuat penggunajarang menemukan bahan pustaka yang diinginkan di rak koleksi.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh faktor kemudahan yang dirasakan terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru; 2) pengaruh faktor manfaat yang dirasakan terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru; dan 3) besarnya pengaruh faktor kemudahan dan manfaat yang dirasakan terhadap penggunaan media sosial kalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Social media atau dalam bahasa Indonesia disebut media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, banyak audiens ke banyak audiens (Paramitha, 2011:42). Nasrullah (2014: 36) mengungkapkan bahwa situs jejaring sosial atau media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Menurut Gunelius (2011: 10) media sosial adalah penerbitan online dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi. Dalam hal ini, Nasrullah (2015: 11) mengemukakan beberapa definisi media sosial menurut beberapa ahli. *Pertama*, Mandiberg (2012) media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). *Kedua*, Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. *Ketiga*, Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. *Keempat*, Van Dijk (2013), media massa adalah *flatfom* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun dalam berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. *Kelima*, Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi

personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

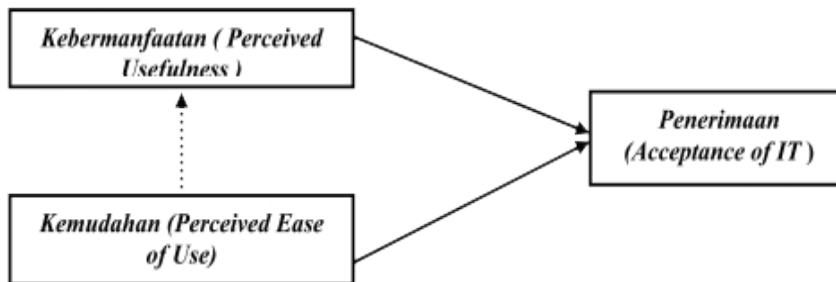
Menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki beberapa karakteristik antara lain:

1. Jaringan (*network*). Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar atau tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat.
2. Informasi (*information*). Informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri.
3. Arsip (*archive*). Teknologi *online* telah membuka kemungkinan-kemungkinan baru dari penyimpanan gambar (bergerak atau diam), suara, juga teks yang secara meningkat dapat diakses secara massal dan dari mana pun (Gane & Beer, 2008)
4. Interaksi (*interactivity*). Karakteristik dasar media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut.
5. Simulasi sosial (*simulation of society*). Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual.
6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.
7. Penyebaran (*sharing*). Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya (Bankler, 2012; Cross, 2011)

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Metode penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) atau disingkat dengan TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 yang mengadaptasi model TRA (*Theory of Reasoned Action*). Perbedaan mendasar antara TRA dan TAM adalah penempatan sikap-sikap dari TRA, dimana TAM memperkenalkan dua variabel kunci, yaitu *perceived ease of use* (kemudahan) dan *perceived usefulness* (kebermanfaatan) yang memiliki *relevancy* pusat untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna (*Acceptance of IT*) terhadap teknologi komputer.

Gambar 1
Model Penerimaan Teknologi (TAM)



Sumber: Davis, 1989

TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal: *usefulness* (pengguna yakin bahwa dengan menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya), *ease of use* (di mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian bahwa sistem ini mudah dalam penggunaannya).

TAM sebagai salah satu teori evaluasi sistem informasi diperoleh berdasarkan dari 2 penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989) dengan melibatkan 152 pengguna dan 4 buah aplikasi program yang menemukan adanya dua variabel penting yang menentukan penerimaan terhadap teknologi informasi yakni kebermanfaatan dan kemudahan, di samping itu Davis (1989) menemukan bahwa faktor kebermanfaatan secara signifikan berhubungan dengan penggunaan sistem saat ini dan mampu memprediksi penggunaan yang akan datang.

Davis (1989) mendefinisikan *percieved ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkat kepercayaan *user* bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan inter-aksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

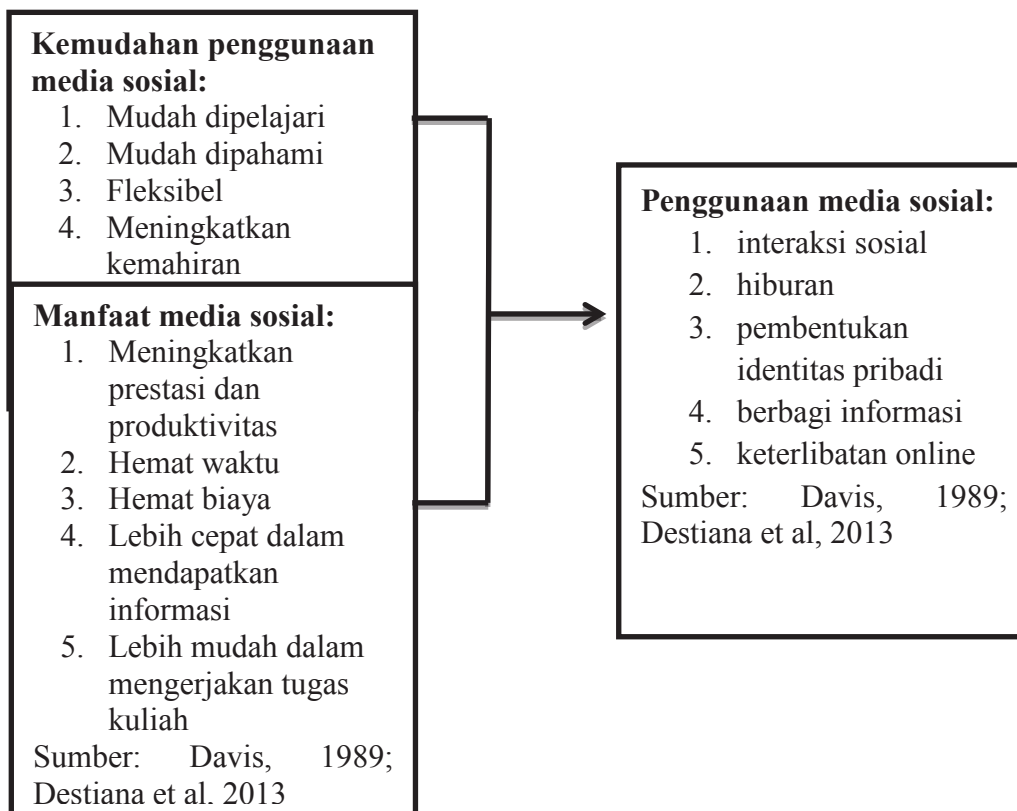
Davis (dalam Destiana, et al, 2013: 134) memberikan beberapa indikator persepsikemudahan penggunaan sistem informasi yang meliputi: Mudah dipelajari, Mudah dipahami, Fleksibel, Mudah diakses, Memperlancar tugas kuliah, dan Meningkatkan kemahiran. Davis (dalam Destiana et al, 2013: 135) memberikan beberapa indikator kemanfaatan penggunaan media sosial antara lain: 1)

Meningkatkan prestasi dan produktivitas; 2) Hemat waktu; 3) Hemat biaya; 4) Lebih cepat dalam mendapatkan informasi; 5) Lebih mudah dalam mengerjakan tugas kuliah.

Selain itu, Davis (dalam Destiyana et al, 2013 : 136) juga menjelaskan bahwa indikator dari penggunaan sebenarnya terdiri dari: 1) Interaksi sosial; 2) Hiburan; 3) Pembentukan identitas pribadi; 4) Berbagi informasi; 5) Keterlibatan online. Kerangka pemikiran penelitian ini disesuaikan dengan teori *Technology Acceptance Model*, peneliti mengaplikasikan dalam bentuk sebagai berikut:

Gambar 2

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di dua perguruan tinggi negeri Kota Pekanbaru yaitu Universitas Riau dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan April hingga September 2015. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Riau dan Universitas Islam Sultan Syarif Kasim yang menggunakan media sosial. Populasi pada penelitian ini

tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya sehingga masuk dalam kategori *unknown population*.

Mengingat populasi yang berukuran besar dan tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka sampel pada penelitian ini diambil berdasarkan pendapat dari Rao (dalam Iswayanti, 2010). Berdasarkan rumus Rao, sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 166,41 orang, dibulatkan menjadi 166 orang dengan kriteria sebagai berikut. Pertama, responden adalah mahasiswa aktif di lingkungan Universitas Riau dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, dan Kedua, Pengguna aktif minimal satu jenis media sosial.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner atau angket yaitu sejumlah daftar pertanyaan yang diajukan untuk mendapatkan informasi yang mendasarkan dari laporan tentang diri sendiri (*self report*) atau pengetahuan dan atau keyakinan pribadi subjek atau informasi yang diteliti (Ahyari, 1983). Kuesioner dalam penelitian ini mengadopsi pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Destiana, et al (2013) dengan melakukan beberapa penyesuaian sehingga tidak dilakukan lagi uji reliabilitas. Masing-masing variabel telah diuji sebelumnya dan menunjukkan hasil yang reliabel yang ditunjukkan dengan angka alpha cronbach untuk masing-masing variabel yang terdiri dari kemudahan penggunaan adalah 0,854, manfaat adalah 0,859 dan penggunaan sebenarnya adalah 0,935.

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Gujarati (2006) mendefinisikan analisis regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan (*the explained variabel*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Variabel pertama disebut juga sebagai variabel terikat dan variabel kedua disebut juga sebagai variabel bebas. Jika variabel bebas lebih dari satu, maka analisis regresi disebut regresi linear berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel terikat. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Secara umum, data demografis terkait dengan responden dapat dilihat pada tabel 1. Berdasarkan jenis kelamin, responden penelitian ini didominasi oleh perempuan yang jumlahnya lebih dari setengah dari keseluruhan responden yaitu sebanyak 91 orang atau 54,8 persen, sedangkan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 75 orang atau 45,2 persen.

Tabel 1
Demografi Responden

Demografi	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	75	45,2
Perempuan	91	54,8
Usia		
17 – 19 Tahun	64	38,6
20 – 22 Tahun	78	46,9
23 – 25 Tahun	24	14,5
Status Perkawinan		
Menikah	1	0,6
Belum Menikah	165	99,4
Penghasilan Orang Tua		
Kurang dari 2.000.000	69	41,6
2.000.000–2.999.000	45	27,1
3.000.000-3.999.000	26	15,7
4.000.000-4.999.000	12	7,2
5.000.000 ke atas	14	8,4

Sumber: data yang diolah, 2015

Aktivitas media sosial responden berkaitan dengan aktivitas yang biasa dilakukan sewaktu mengakses media sosial. Informasi ini berguna sebagai dasar untuk menganalisis pada kelompok mana responden berada. Data ini penting untuk mengetahui bagaimana *social media habit* dari responden. Tabel 2 memperlihatkan bahwa mayoritas responden berlangganan internet. Sebanyak 130 orang atau 78,3 persen responden berlangganan internet dan hanya 36 orang atau 21,7 persen saja yang tidak berlangganan internet. Smart phone atau handphone merupakan media yang paling banyak digunakan oleh responden dalam mengakses internet. Pengguna smartphone dan *handphone*

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden telah mengenal media sosial lebih dari 5 tahun, yaitu sebanyak 80 orang responden atau 48,2 persen. Data tentang durasi mengakses media sosial menunjukkan bahwa responden mayoritas mengakses media sosial dengan rentang waktu antara 1 hingga 4 jam yaitu sebanyak 61 orang responden atau 36,8 persen. Penelitian ini juga menemukan bahwa cukup banyak responden yang termasuk dalam kategori pengguna berat media sosial, meskipun tidak dominan. Mereka yang mengakses media sosial lebih dari 10 jam terdapat 22 orang responden atau sebesar 13,3 persen. Meskipun demikian, yang hanya

mengakses media sosial kurang dari 1 jam juga jumlahnya cukup banyak, yaitu 29 orang atau 17,5 persen.

Tabel 2
Aktivitas Media Sosial Responden

Aktivitas	Frekuensi	Persentase (%)
Berlangganan internet		
Ya	130	78,3
Tidak	36	21,7
Media yang digunakan untuk mengakses internet		
Laptop/PC	38	22,9
Smartphone/Handphone	128	77,1
Lama menggunakan media sosial		
< 1 Tahun		
1 – 2 Tahun	7	4,2
2 – 3 Tahun	18	10,8
3 – 4 Tahun	17	10,2
4 – 5 Tahun	25	15,1
> 5 Tahun	19	11,5
	80	48,2
Durasi mengakses dalam sehari		
< 1 Jam	29	17,5
1 – 4 Jam	61	36,8
4 – 7 Jam	44	26,5
6 – 10 Jam	10	6
> 10 Jam	22	13,3
Tempat paling sering mengakses media sosial		
Rumah/kos	144	86,7
Warnet	11	6,6
Wi-Fi Hotspot (cafe, restoran, mal, dll)	3	1,8
Di Setiap Tempat	7	4,2
Lainnya	1	0,6
Media sosial paling banyak diakses		
Facebook	71	42,7
Twitter	4	2,4
Instagram	40	24,1
Path	5	3
BBM	36	21,7
Whatsapp	2	1,2

Google+	2	1,2
Lainnya	6	3,6

Sumber: data yang diolah, 2015

Rumah atau kos merupakan tempat yang paling dominan digunakan oleh responden dalam mengakses media sosial. Mayoritas dari responden atau sebanyak 144 orang (86,7%) mengakses media sosial ketika mereka berada di rumah atau di kos. Sisanya adalah mereka yang menyukai mengakses media sosial di tempat-tempat umum seperti warnet, cafe, restoran, mal dan tempat lain yang menyediakan fasilitas wi-fi hotspot.

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebanyak 71 orang responden atau 42,7 persen mengakses Facebook, diikuti oleh instagram yaitu sebanyak 40 responden atau 24,1 persen. Jenis media sosial lain seperti Blackberry massanger (BBM), Twitter, Path, Whatsapp, Google+ dan lainnya masing-masing persentasenya sangat kecil. Data ini menunjukkan bahwa hingga saat ini Facebook masih menjadi media sosial yang paling banyak diminati dan paling sering diakses oleh responden dibandingkan dengan jenis media sosial lainnya. Faktor kemudahan dan fitur-fitur lengkap dengan tampilan yang sederhana diakui banyak orang menjadi daya tarik media sosial Facebook. Kebutuhan pengguna untuk berkomunikasi dan berinteraksi telah terpenuhi dengan berbagai fitur yang ada pada media sosial Facebook.

Kemudahan Penggunaan dan Manfaat Media Sosial

Kemudahan penggunaan media sosial dapat dijelaskan ke dalam empat indikator yaitu media sosial mudah dipelajari, media sosial mudah dipahami, ketrampilan pengguna akan meningkat dengan menggunakan media sosial, dan media sosial sangat mudah untuk dioperasikan. Tanggapan responden berkaitan dengan indikator-indikator kemudahan dalam penggunaan media sosial terlihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3
Kemudahan Penggunaan Media Sosial

Pernyataan	Tanggapan Responden				
	STS	TS	R	S	SS
Media sosial mudah dipelajari	3 (1,8)	3 (1,8)	6 (3,6)	109 (65,7)	45 (27,1)
Paparan menu di media sosial mudah dipahami	1 (0,6)	3 (1,8)	26 (15,7)	111 (66,7)	25 (15,2)
Media sosial bersifat fleksibel dan mudah diakses	3 (1,8)	5 (3)	16 (9,6)	99 (59,6)	43 (25,9)
Media sosial dapat meningkatkan kemahiran di bidang yang saya	3 (1,8)	12 (7,2)	25 (15,1)	80 (48,2)	46 (27,7)

minati					
--------	--	--	--	--	--

Sumber: data yang diolah, 2015

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa media sosial memang memiliki tingkat kemudahan yang tinggi dalam penggunaannya. Hal ini terbukti dengan data yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju untuk setiap pada masing-masing item pernyataan yang disajikan. Diantara beberapa pernyataan yang ada, paling banyak responden mengakui bahwa paparan menu dalam media sosial mudah untuk dipahami yaitu sebanyak 111 orang responden atau 66,7 persen. Selanjutnya untuk setiap pernyataan tidak sampai 2 persen responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa media sosial memiliki kemudahan dalam menggunakan atau mengaksesnya.

Manfaat media sosial pada penelitian ini mencakup indikator membuat pekerjaan lebih mudah, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efektifitas. Keseluruhan indikator dijabarkan dalam lima pernyataan.

Tabel 4
Manfaat Media Sosial

Pernyataan	Tanggapan Responden				
	STS	TS	R	S	SS
Media sosial dapat meningkatkan prestasi dan produktivitas	3 (1,8)	16 (9,6)	47 (28,3)	78 (46,9)	22 (13,3)
Media sosial sangat bermanfaat karena dapat menghemat waktu	7 (4,2)	30 (18,1)	46 (27,7)	66 (39,8)	17 (10,2)
Media sosial sangat bermanfaat karena menghemat biaya	12 (7,2)	37 (22,3)	42 (25,3)	54 32,5	21 (12,7)
Dengan menggunakan media sosial membuat saya bisa lebih cepat mendapatkan informasi	3 (1,8)	1 (0,6)	8 (3,6)	69 (41,6)	85 (51,2)
Dengan menggunakan media sosial saya merasa lebih mudah dalam mengerjakan tugas kuliah	5 (3)	6 (3,6)	18 (10,8)	85 (51,2)	52 (31,3)

Sumber: data yang diolah, 2015

Sebagaimana halnya dengan faktor kemudahan, manfaat juga diakui sebagai faktor yang banyak dirasakan oleh responden. Hal ini terlihat pada data tabel 4 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa media sosial banyak memberikan manfaat. Manfaat yang paling banyak dirasakan oleh responden adalah dengan menggunakan media sosial mereka merasa lebih mudah dalam mengerjakan tugas kuliah. Sebanyak 85 orang atau 51,2 persen responden yang menyatakan hal tersebut. Menariknya, cukup banyak responden yang tidak setuju bahwa media sosial dapat menghemat biaya yaitu sebanyak 37 responden

atau 22,3 persen, namun demikian jumlah tersebut masih jauh lebih sedikit dibanding mereka yang menyatakan setuju. Dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial banyak memberikan manfaat bagi para penggunanya.

Penerimaan Media Sosial

Penerimaan atau penggunaan media sosial merujuk pada tujuan aktivitas para pengguna dalam mengakses media sosial. Yang menjadi indikator pada bagian ini ialah interaksi sosial, hiburan, pembentukan identitas pribadi, berbagi informasi dan keterlibatan online. Salah satu tujuan pengguna mengakses media sosial adalah bertujuan untuk berkomunikasi dan menjaga interaksi sosial dengan sesama teman yang ada dalam daftar pertemanan mereka.

Secara keseluruhan mayoritas dari responden menyatakan setuju bahwa mereka mengakses media sosial adalah untuk berinteraksi sosial baik dengan sahabat lama, dengan sahabat yang jarang dijumpai, dengan keluarga dekat dan jauh, untuk bertanya kabar dan menjalin persahabatan serta mendiskusikan isu-isu terkini.

Tabel 5
Interaksi Sosial

Pernyataan	Tanggapan Responden				
	STS	TS	R	S	SS
Saya mengakses media sosial untuk berinteraksi dengan sahabat	3 (1,8)	7 (4,2)	12 (7,2)	108 (65,1)	36 (21,7)
Saya mengakses media sosial untuk bertanya kabar	2 (1,2)	7 (4,2)	18 (10,8)	106 (63,9)	33 (19,9)
Saya menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan sahabat yang jarang saya jumpai	2 (1,2)	5 (3)	11 (6,6)	105 (63,2)	43 (25,9)
Saya mengakses media sosial untuk menjalin persahabatan	1 (0,6)	6 (3,6)	19 (11,4)	99 (59,6)	39 (23,5)
Saya mengakses media sosial untuk berinteraksi dengan keluarga dekat dan jauh	2 (1,2)	7 (4,2)	10 (6)	90 (54,2)	57 (34,3)
Saya menggunakan media sosial untuk mendiskusikan isu-isu dan berita terkini	6 (3,6)	11 (6,6)	36 (21,7)	79 (47,6)	34 (20,5)

Sumber: data yang diolah, 2015

Mayoritas responden banyak menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan sahabat lama yaitu sebesar 108 responden atau 65,1 persen. Selain untuk berinteraksi, media sosial juga digunakan oleh masyarakat untuk

mencari hiburan. Berbagai fitur yang sifatnya menghibur seperti *game online*, *fanpage* tokoh idola dan artis serta postingan yang beraneka ragam mampu memberikan hiburan yang menarik. Tabel 6 berikut ini memaparkan tanggapan responden tentang faktor hiburan sebagai motif mereka dalam mengakses media sosial.

Tabel 6
Hiburan

Pernyataan	Tanggapan Responden				
	STS	TS	R	S	SS
Mengakses media sosial dapat menghilangkan kebosanan	4 (2,4)	5 (3)	16 (9,6)	81 (48,8)	60 (36,1)
Saya mengakses media sosial untuk mencari hiburan	3 (1,8)	7 (4,2)	14 (8,4)	99 (59,6)	43 (25,9)
Saya mengakses media sosial untuk mengisi waktu luang	2 (1,2)	12 (7,2)	15 (9)	99 (59,6)	38 (22,9)
Saya mengakses media sosial untuk bermain <i>game online</i>	31 (18,7)	48 (28,9)	31 (18,7)	39 (23,5)	17 (10,2)

Sumber: data yang diolah, 2015

Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka mengakses media sosial untuk mencari hiburan. Meskipun tanggapan mereka beragam, namun mayoritas setuju bahwa mereka menggunakan media sosial untuk menghilangkan kebosanan, maupun mengisi waktu luang. Tapi cukup banyak responden yang tidak setuju (48 orang atau 28,9 persen) penggunaan media sosial untuk bermain *game online*, namun yang menjawab setuju juga hampir sama banyak yaitu 39 orang atau 23,5 persen. Jadi meskipun mereka mencari hiburan, namun jenis atau fitur media sosial yang mereka gunakan berbeda-beda. Hal ini dapat dimaklumi mengingat beragamnya fitur media sosial yang tersedia sehingga mereka bisa memilih fitur sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan yang mereka sukai.

Tabel 7 berikut menggambarkan tanggapan responden tentang penggunaan media sosial dalam pembentukan identitas diri responden.