

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Muhammad Ghifari<sup>1</sup>, Viska Erma Mustika<sup>2</sup>, Hafizh Khofaria Rosidah<sup>3</sup>, Aulia Kirana<sup>4</sup>

Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
aulia.kirana@ums.ac.id

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa serta untuk mengetahui usia awal mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif terhadap 209 responden dengan kriteria subjek mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta, aktif menggunakan internet, dan memiliki media sosial. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner rating scales dimana mahasiswa diminta untuk memberikan rating pada 8 aktivitas yang biasa dilakukan oleh mahasiswa dalam menggunakan media sosial, serta usia awal mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Data hasil penelitian menunjukkan pemanfaatan mahasiswa dalam mengakses media sosialnya cenderung dominan pada fungsi sosial. Akan tetapi bila memperhatikan urutan prioritas, responden lebih mengoptimalkan pemenuhan fungsi informasi. Pilihan aktivitas responden perempuan dalam menggunakan media sosial menunjukkan ciri aktivitas aktif, sedangkan responden laki-laki mayoritas menunjukkan ciri aktivitas pasif.

**Kata Kunci:** akses internet, mahasiswa, media sosial

### PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, internet kini mulai beralih menjadi kebutuhan pokok di Indonesia. Menurut hasil survey (APJII, 2016) terdapat 10,3 juta mahasiswa menggunakan internet dimana diperkirakan sekitar 89,7% dari seluruh mahasiswa di Indonesia menggunakan internet. Ditambah lagi sebanyak 129,2 juta orang mengakses media sosial.

Media sosial saat ini menjadi lebih mudah diakses karena dapat dibuka melalui piranti elektronik yang lebih mudah dibawa. Media sosial merupakan suatu fitur komputer yang memungkinkan seseorang untuk saling berbagi maupun bertukar informasi, ide, gambar, video, dan melakukan banyak hal lagi (Siddiqui & Singh, 2016). Proses berbagi konten dilakukan dengan cara non-konvensional (Junco, 2014), melalui media interaksi berbasis internet (Zolkepli & Kamarulzaman, 2015). Saat ini media sosial menjadi hal yang sangat penting

di kehidupan masyarakat mulai dari dunia bisnis, pendidikan, sampai dengan industri. Media sosial memainkan peran yang sangat vital di masyarakat dalam mengubah gaya hidup manusia masa kini. Laman sosial media seperti Twitter, Facebook, dan Instagram serta media sosial yang lainnya telah menjadi rutinitas pada hampir setiap individu. Melalui media sosial, proses interaksi tidak hanya berlangsung dalam pembicaraan personal maupun *one-to-many*, tetapi menuju penyebaran informasi dari banyak orang untuk banyak orang (*many-to-many*) (Luhmann, 2012).

Keterikatan individu terhadap media sosial dapat muncul berdasarkan tiga faktor yaitu keterikatan fungsi sosial/interaksi, keterikatan terhadap fungsi informasi (Newhagen & Bucy, 2004; Alt, 2015) dan keterikatan terhadap fungsi komersial/perniagaan (Alt, 2015). Media sosial yang biasa digunakan antara lain Twitter, Instagram, YouTube, dan Facebook

yang diakses minimal 5 jam dalam sehari (Adiarsi, Stellarosa, & Silaban, 2015)

Dalam dunia pendidikan, aplikasi media sosial untuk pemenuhan keterikatan fungsi informasi dan sosial digunakan secara aktif pada proses perkuliahan. Media sosial menjadi salah satu alternatif pilihan untuk membahas pekerjaan kelompok dan melakukan komunikasi antar civitas akademika (Hussain, 2012; Rowe, 2014). Media sosial juga digunakan sebagai media mencari dan bertukar informasi yang relevan dengan tugas-tugas akademik (Owusu-Acheaw & Larson, 2015)

Akan tetapi selain untuk kepentingan akademik, Nisiforou & Laghos (2015) menyebutkan bahwa penggunaan media sosial untuk kebutuhan hiburan merupakan varian manfaat media sosial yang paling banyak dipilih mahasiswa. Hal tersebut beriringan dengan tumbuhnya kekhawatiran akan efek negatif dari media sosial. Rata-rata individu yang memiliki media sosial yang dapat diakses melalui piranti pintar miliknya, dapat menghabiskan waktu kurang lebih 6-8 jam per hari untuk mengunjungi dan menelusur aplikasi media sosial (Wang, Chen, & Liang, 2011). Penggunaan waktu yang berlebihan dikhawatirkan akan menurunkan performa akademik. Demikian juga penyaringan informasi media sosial dan penggunaan informasi dengan benar. Originalitas ide yang muncul dari generasi digital terkadang menjadi titik kritis dari kemudahan akses pertukaran informasi (Owusu-Acheaw & Larson, 2015)

Perbedaan batasan mengenai ruang pribadi dan ruang publik antar masing-masing pengguna merupakan suatu efek negatif yang mungkin muncul sebagai akibat penggunaan media sosial (Rowe, 2014). Beberapa unggahan, pernyataan maupun komentar yang sebenarnya merupakan pendapat pribadi dan biasanya didiskusikan di ruang privat berubah menjadi bacaan publik. Pola komunikasi yang dibangun di media sosial seringkali merupakan cerminan dari dunia *offline* seorang individu (van Dijck, 2013; Junco, 2014).

Fenomena menarik lain yang muncul dalam

perilaku penggunaan media sosial adalah munculnya "*silent reader*". Walaupun media sosial ditujukan untuk media komunikasi non-konvensional, tetapi ternyata individu yang lebih senang untuk tidak terlibat aktif dalam komunikasi media sosial cukup banyak ditemukan. Akan tetapi *Lurker*, demikian istilah yang digunakan ternyata tetap memiliki interaksi dengan jejaringnya, tetapi hanya pada orang-orang tertentu (Gong, Lim, & Zhu, 2015). Orang tertentu tersebut akan membantu *lurkers* untuk mendapatkan informasi yang terlewatkan.

Laki-laki dan perempuan menunjukkan beberapa perbedaan dalam menggunakan media sosial. Atanasova (2016) menuliskan bahwa laki-laki cenderung menggunakan media sosial untuk mencari informasi, mencari relasi baru, dan diskusi mengenai topik-topik spesifik, sedangkan perempuan lebih pada kebutuhan sosialisasi, merawat hubungan dengan orang-orang yang sudah dikenal dan lebih perhatian pada kabar-kabar yang bersifat personal. Saat mengunggah gambar, laki-laki cenderung menampilkan gambar yang berupa cerminan preferensinya, bahkan bila hal tersebut merupakan konten yang sensitif (al. konten seksual, minuman keras), sedangkan perempuan lebih menonjolkan pada tampilan dirinya (Ramasubbu, 2016)

Berdasarkan paparan mengenai kepemilikan media sosial di kalangan mahasiswa dan aktivitas-aktivitas yang dilakukannya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prioritas mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Dalam artikel ini akan dibahas prioritas aktivitas secara umum dan aktivitas media sosial berdasarkan jenis kelamin.

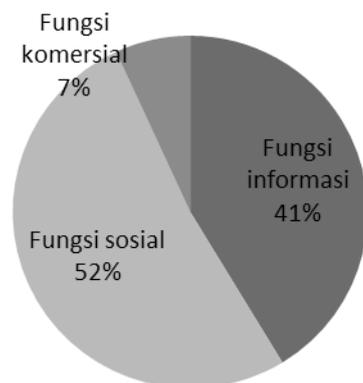
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari penelitian mengenai media sosial di lingkup mahasiswa. Subjek pada penelitian ini adalah 209 mahasiswa (111 laki-laki dan 98 perempuan). Karakteristik subjek adalah berstatus mahasiswa aktif, aktif menggunakan internet, dan memiliki media sosial.

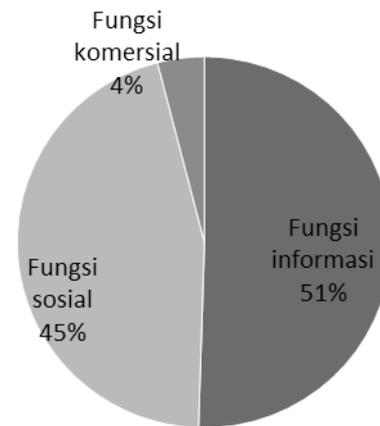
Pilihan aktivitas yang diberikan pada mahasiswa merupakan hasil dari FGD yang dilakukan pada 20 mahasiswa (10 mahasiswa/ kelompok diskusi) berdasarkan fungsi media sosial yang dinyatakan Alt (2015) yaitu fungsi informasi, fungsi sosial dan fungsi komersial. Dari hasil FGD tersebut, disusun survey bagi mahasiswa untuk mengurutkan prioritas aktivitas yang dilakukan melalui media sosial. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini didapatkan data mengenai penggunaan media sosial pada mahasiswa dan gambaran prioritas penggunaan media sosial bagi mahasiswa. Mahasiswa responden tercatat memiliki empat hingga enam media sosial. Adiarsi, Stellarosa, & Silaban (2015) dalam penelitiannya menyebutkan empat media sosial yang umum digunakan. Namun dalam perkembangan media sosial, penelitian ini mengungkap bahwa aplikasi baru seperti Path dan Line muncul sebagai alternatif pilihan kepemilikan akun media sosial.



Gambar 1. Penggunaan media sosial pada mahasiswa



Gambar 2. Prioritas penggunaan media sosial pada mahasiswa

Berdasarkan tiga pilihan aktivitas utama yang disebutkan masing-masing responden, didapatkan data bahwa pemanfaatan media sosial untuk fungsi sosial merupakan pilihan mayoritas (52%), dilanjutkan dengan fungsi informasi (41%) dan fungsi komersial (7%) (Gambar 1). Akan tetapi bila dicermati lebih lanjut pada urutan pertama pada masing-masing respon, didapatkan data yang sedikit berbeda, yaitu pada urutan prioritas. Ternyata ditemukan bahwa penggunaan terkait fungsi informasi merupakan pemanfaatan utama (51%) dari media sosial, lalu disusul dengan fungsi sosial (45%) dan fungsi komersial (4%). (Gambar 2)

Tabel 1.  
Aktivitas Pilihan Mahasiswa

	Pilihan-1		Pilihan-2		Pilihan ke-3		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>Fungsi Informasi</b>								
Unggah tulisan	7	3.3	9	4.3	28	13.4	44	7.0
Berbagi artikel/ Tulisan	12	5.7	26	12.4	32	15.3	70	11.2
Membaca berita	91	43.5	35	16.7	19	9.1	145	23.1
<b>Fungsi sosial</b>								
Memperbarui Status	22	10.5	37	17.7	41	19.6	100	16.0
Membaca status Teman	45	21.5	66	31.6	24	11.5	135	21.5
Unggah foto	24	11.5	22	10.5	44	21.1	90	14.4
<b>Fungsi komersial</b>								
Menjual barang	2	1.0	6	2.9	10	4.8	18	2.8
Membeli barang	6	2.9	8	3.8	11	5.3	25	4.0

Bila dipilah untuk masing-masing fungsi (tabel 1), dalam pemanfaatan sesuai fungsi informasi, diketahui bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mencari berita (23%). Angka ini sekaligus merupakan angka tertinggi dari seluruh aktivitas pilihan mahasiswa. Sehingga walaupun fungsi sosial menunjukkan keseluruhan prosentase yang tinggi, bila dilcermati untuk masing-masing detil aktivitas, perilaku membaca berita merupakan pilihan prioritas aktivitas mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Perilaku terkait fungsi informasi lainnya seperti mengunggah artikel dilakukan oleh 7% mahasiswa dan aktivitas berbagi artikel dilakukan oleh 11,2% mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa peran mahasiswa dalam fungsi informasi lebih pada peran pasif. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa *silent reader* yang disampaikan Gong, Lim, & Zhu (2015) secara nyata muncul dalam jejaring media sosial mahasiswa. Bila pola interaksi online merupakan cerminan

interaksi offline seperti yang disebutkan oleh Junco (2014), maka perlu mulai menjadi pertimbangan khusus bagi pendidik untuk meningkatkan peran aktif mahasiswa baik secara nyata di kelas, atau melalui jaringan media sosial yang digunakan sebagai alat bantu. Mengikat lurker untuk tetap mendapatkan informasi tentu membutuhkan usaha yang lebih, karena penelitian Gong, Lim, & Zhu (2015) menegaskan bahwa meski senyap, para *lurker* tidak sepenuhnya menghilang dan tidak peduli. Untuk konten-konten dan individu-individu tertentu, para *silent reader* tetap berkomunikasi dengan aktif.

Perilaku ini secara konsisten juga muncul pada fungsi sosial. Perilaku yang bersifat pasif seperti membaca status teman merupakan aktivitas pilihan (21,5%), sedangkan perilaku memperbarui status dan unggah foto berada pada urutan aktivitas selanjutnya. Dalam fungsi komersial, perilaku membeli juga lebih banyak dilakukan dibanding dengan menjual.

**Tabel 2.**  
**Penggunaan media sosial berdasarkan jenis kelamin**

	Penggunaan media sosial				Aktivitas Prioritas			
	Laki-laki		Perempuan		Laki-laki		Perempuan	
	f	%	F	%	f	%	f	%
<b>Fungsi Informasi</b>								
Unggah tulisan	23	6.9	21	7.1	0	0	7	7.1
Berbagi artikel/ tulisan	39	11.7	31	10.5	8	7.2	4	4.1
Membaca berita	91	27.3	54	18.4	63	56.8	28	28.6
<b>Fungsi sosial</b>								
Memperbarui status	49	14.7	51	17.3	9	8.1	13	13.3
Membaca status teman	70	21.0	65	22.1	20	18.0	25	25.5
Unggah foto	37	11.1	53	18.0	7	6.3	17	17.3
<b>Fungsi komersial</b>								
Menjual barang	11	3.3	7	2.4	2	1.8	0	0
Membeli barang	13	3.9	12	4.1	2	1.8	4	4.1

Dengan membandingkan perilaku antara laki-laki dan perempuan, didapatkan data bahwa berdasarkan keseluruhan penggunaan media sosial, pola aktivitas antara responden laki-laki dan perempuan hampir serupa. Misal untuk fungsi informasi, aktivitas yang sering dilakukan laki-laki dan perempuan sama-sama membaca berita, lalu berbagi artikel, kemudian unggah tulisan pribadi. Pada fungsi sosial dan komersial juga muncul kesamaan pola antara responden laki-laki dan perempuan. Secara umum, konsisten dengan temuan utama, bahwa perilaku pasif sebenarnya lebih mendominasi pilihan aktivitas di media sosial. Akan tetapi, bila membandingkan aktivitas prioritas (aktivitas yang diletakkan pada pilihan pertama masing-masing responden), ditemui beberapa perbedaan pola aktivitas. Responden laki-laki lebih memprioritaskan fungsi informasi dari media sosial, sementara responden perempuan lebih mengoptimalkan fungsi sosial. Perempuan juga lebih aktif dalam aktivitas di media sosial terkait fungsi informasi dan fungsi sosial yang ditunjukkan

pada jumlah responden yang melakukan kegiatan unggah tulisan, unggah foto dan memperbarui status. Akan tetapi untuk fungsi komersial, perempuan lebih terlibat dalam kegiatan membeli barang dibandingkan menjual barang. Walau minoritas, muncul responden laki-laki yang menempatkan aktivitas menjual barang sebagai prioritas aktivitas media sosialnya.

#### **SIMPULAN**

Aktivitas pemanfaatan media sosial secara umum lebih menonjol pada fungsi sosial. Akan tetapi dalam prioritas penggunaan, mahasiswa lebih mengoptimalkan fungsi informasi dari media sosial. Mahasiswa laki-laki secara konsisten lebih memprioritaskan aktivitas mencari informasi melalui media sosial, sementara mahasiswa perempuan lebih memprioritaskan fungsi sosial.

Secara umum, mayoritas responden lebih berperan pasif dalam memanfaatkan media sosial yang dimilikinya. Dibandingkan mengunggah tulisan pribadi, mayoritas

responden lebih senang membaca, atau responden yang memanfaatkan media sosial membagi tulisan milik orang lain. Demikian untuk membaca status teman, dibandingkan juga dalam fungsi sosial, lebih banyak dengan memperbarui statusnya sendiri.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2015). Literasi media internet di kalangan mahasiswa. *Humaniora*, 6(4), 470-482.
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computer in Human Behavior*. 49., 111-119.
- APJII. (2016). *Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia*. Indonesia: APJII.
- Atanasova, A. (2016, November 06). *Gender-specific behaviors on social media and what they mean for online communication*. Retrieved April 30, 2017, from Social Media Today: <http://www.socialmediatoday.com/social-networks/gender-specific-behaviors-social-media-and-what-they-mean-online-communications>
- Gong, W., Lim, P., & Zhu, F. (2015). *Characterizing silent users in social media communities*. Retrieved from International AAAI Conference on Web and Social Media: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM15/paper/view/10462>
- Hussain, I. (2012). A study to evaluate the social media trends among university students. *Social and Behavioral Sciences*, 64, 639-645.
- Junco, R. (2014). *Engaging students through social media: Evidence-based practices for use in student affairs*. California: Josey-Bass.
- Luhmann, N. (2012). The evolution of information and communication technologies. In T. Pfeffer, *Virtualization of universities : Digital media and the organization of higher education institutions* (pp. 5-20). New York: Springer.
- Newhagen, J. E., & Bucy, E. P. (2004). Routes to media access. In E. P. Bucy, & J. E. Newhagen, *Media access: social and psychological dimensions of new technology use* (pp. 3-26). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Nisiforou, E. A., & Laghos, A. (2015). Examining the effect of gender identity on the use of social media technology: A higher education approach. *Journal of Arts and Humanities*, 4(4), 16-32.
- Owusu-Acheaw, M., & Larson, A. G. (2015). Use of social media and its impact on academic performance of tertiary institution students: A study of students of of Koforidua Polytechnic, Ghana. *Journal of Education and Practice*, 6(6), 94-101.
- Ramasubbu, S. (2016, Juni 15). *Does gender matter on social media*. Retrieved April 30, 2017, from Huffingtonpost: [http://www.huffingtonpost.com/suren-ramasubbu/does-gender-matter-on-soc\\_b\\_7591920.html](http://www.huffingtonpost.com/suren-ramasubbu/does-gender-matter-on-soc_b_7591920.html)
- Rowe, J. (2014). Student use of social media: When should the university intervene? *Journal of Higher Education Policy and Management*, 36(3), 241-256.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. New York: Oxford University Press.

Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. (2011, January 11). *The effects of social media on college students*. Retrieved April 27, 2017, from Johnson & Wales University: [http://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=mba\\_student](http://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=mba_student)

Zolkepli, I. A., & Kamarulzaman, Y. (2015). Social media adoption : The role of media needs and innovation characteristics. *Computers in Human Behavior*, 43, 189-209.