

PENGARUH TWITTER TERHADAP PERILAKU KECANDUAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU

Noor Efni Salam

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Email: efnisalam@gmail.com

ABSTRAK: Perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi, berimbas pada munculnya media sosial, yaitu *twitter*. Melalui 140 karakter, pengguna dapat mengupdate status/*tweets* atau melalui aplikasi mirip *twitter*. *Twitter* merupakan wadah menyalurkan aspirasi dan melihat karakter mahasiswa serta dapat mengekspresikan keadaan yang terjadi. *Twitter* cukup mempengaruhi perilaku manusia atau masyarakat pada saat ini. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *twitter* terhadap perilaku kecanduan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Penelitian ini menggunakan teori CMC oleh Wood dan Smith dan *social media* oleh Andreas Kaplan dan Michael Haenlein. Metode penelitian ini yaitu metode kuantitatif eksplanasi. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Jumlah sampel sebanyak 187 responden dan menggunakan teknik *random sampling*. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut, peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana. Pengolahan uji kuesioner dilakukan dengan menggunakan program *Statistik Product And Service Solution (SPSS) Windows* versi 20.

Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 2,242 + 0,434 X$ dengan tingkat signifikansi 0,000, lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Artinya terdapat pengaruh *twitter* terhadap perilaku kecanduan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau sebesar 34,5 % dan 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Twitter, Perilaku, Kecanduan

ABSTRACT: Along with the development of technology, communication and information, it makes the development of the internet, that encouraging the emergence of social media. One of the social media that is popular among children now, adolescents, adults up to young people is *twitter*. Through 140 characters, users can change and send status updates or *tweets* through *twitter* or through applications that can be similar to *twitter*. *Twitter* is a media that can lead the aspirations, and look at character of the critical students, full of activities, ideas, work and opinions and expresses of the circumstances. So the *twitter* influences human behavior or society at this time. The purpose of this research is to determine how much influences of *twitter* to addiction of behavior Students Communication Faculty of Social and Political Sciences, University of Riau.

The theory used in this study is the theory of CMC by Wood and Smith and *social media* by Andreas Kaplan and Michael Haenlein. The method used in this study is a quantitative method of explanation. Data collection techniques in this study using a questionnaire or a questionnaire. The number of samples for this study as many as 187 respondents, using a technique of random sampling. To determine how much influence these two variables, researcher used a simple linear regression analysis. As for processing the questionnaire test, is used the *Statistical Product And Service Solution (SPSS) Windows* version 20.

Based on a simple linear regression to research the effect of *twitter* on addictive behavior communication science students of the Faculty of Social and Political Sciences, University of Riau, the regression coefficient values obtained in this study is $Y = 2.242 + 0.434 X$ with a significance level of 0.000. Of course smaller than $\alpha = 0.05$. It means that there are significant addiction behavior of *twitter* to communication science students of the Faculty of Social and Political Sciences, University of Riau by 34.5 % and 65.5 % influenced by other variables outside of the research.

Keyword : Twitter, Behaviour, Addiction

PENDAHULUAN

Salah satu penemuan dan perkembangan teknologi yang berkembang dengan sangat cepat adalah internet. Dengan internet seakan jarak tidak terlihat lagi, informasi dan pesan bisa secara cepat tersampaikan pada dunia. Berkembangnya internet sehingga membuat munculnya media sosial. Kemudian media so-

sial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran isi antar pengguna (Kaplan, A M., & Haenlein, M, 2010:61). Keberadaan situs media sosial memudahkan penggunaannya untuk berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh dunia dengan biaya yang lebih murah dibanding-

kan menggunakan telepon. Media sosial di nilai dapat menjadi wadah bagi karya, opini, ide, tanggapan, bahkan media juga untuk mengekspresikan keadaan yang terjadi. Yang menjadi daya tarik media sosial, ketika apa yang ditulis dibaca, dipahami dan kemudian mendapat komentar dari orang lain.

Namun demikian media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia saat ini salah satunya yaitu *Twitter*. *Twitter* dalam hal ini satu dari beberapa situs dengan ide *social networking* yang berbasis *microblogging* untuk menjalin sosialisasi dunia maya di mana pengguna dapat membentuk jaringan dengan mengundang teman dan memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirim "pembaharuan" berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter (Ahmad, 2009:6). Media sosial *twitter* ini tentunya banyak memiliki dampak yang positif terhadap penggunanya, namun jika media sosial ini tidak digunakan secara bijak maka tentunya akan menimbulkan pengaruh negatif yang salah satunya menyebabkan pengguna menjadi kecanduan yang sebagian besar waktunya habis dengan gadget atau komputernya. Selain itu juga hasil dari berkomunikasi dengan menggunakan *twitter*, salah satu contohnya yaitu untuk mereka yang terbilang aktif di dunia *twitter*, bisa saja orang tersebut juga terbuka di dunia nyata atau malah bertolak belakang dan bahkan membuat penggunanya menjadi kecanduan (VIVAnews, Rabu, 8 Februari 2012).

Dari 1.000 remaja atau mahasiswa yang telah disurvei, dimulai pada pertengahan tahun 2013, data menunjukkan jika 80% dari mereka mengunjungi laman media sosial di setiap harinya. Dan bahkan 4 dari 5 remaja yang disurvei, merasa pengalaman yang negatif jika tidak terhubung dengan media sosial dalam sehari saja. Dan juga, remaja mengaku tidak tahan untuk nge-tweet dari pada menahan diri dari merokok serta meminum *beer* (Kompas, 9 Februari 2009). Dan penelitian tentang perilaku manusia dalam CMC pun belakangan marak, terutama yang ingin menyelidiki pengaruh teknologi terhadap hubungan antar manusia dan persepsi seseorang terhadap orang lainnya. Penelitian-penelitian ini menjawab rasa penasaran tentang perbedaan antara CMC dan komunikasi tanpa perantara (face to face). Penelitian CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang didukung teknologi komunikasi pesan teks berba-

sis komputer. (Wood & Smith, 2005:4). Setiap harinya ratusan masyarakat dunia yang meliputi anak-anak, remaja hingga orang dewasa *log in* atau *sign up* bagi yang belum memiliki akun di media sosial. Maka masyarakat atau seseorang yang sudah *addic* (Kecanduan) dengan *twitter* pun terkadang menjadi lebih jauh dari kehidupan biasa karena apa pun yang mereka rasakan akan mereka *share* lewat *twitter*, dan bukan bercerita kepada orang lain. Atau pun bisa menjadi malas atau mengabaikan untuk melakukan kegiatan sehari-hari karena sangat terhipnotis oleh *twitter*.

Hal ini juga diperjelas pada poling yang dilakukan oleh Business School Salford di University of Salford melakukan polling kepada 298 orang. Dari keseluruhan responden, 53 persen diantaranya mengatakan bahwa situs jaringan sosial telah mengubah perilaku mereka dan 51 persen dari mereka mengatakan dampaknya negatif. Serta situs *twitter* mampu menjadikan diri seseorang menjadi pribadi yang lebih terbuka dengan fasilitas status yang terdapat di situs *microblogging* tersebut (Okezone, Selasa (10/12)). Selanjutnya oleh Daniel Zeevi juga menggambarkan secara ringkas tentang pengaruh media sosial *twitter* lainnya terhadap pengguna, terutama yang berkaitan dengan perilaku mereka. Hal tersebut dipaparkan jelas oleh Daniel dalam www.socialmediatoday.com yang mengatakan bahwa rata-rata waktu pengguna media sosial *twitter* menghabiskan waktu sebanyak lebih dari 20 menit untuk mengakses media sosial *twitter*. Sehingga mereka cenderung untuk bersikap berperilaku candu terhadap aktivitas di dalam media sosialnya.

Sesuai dengan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis membahas lebih lanjut masalah ini dalam bentuk skripsi yang berjudul pengaruh *twitter* terhadap perilaku kecanduan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori-teori yang digunakan adalah untuk memperjelas suatu masalah yang akan diteliti dan membantu serta membimbing peneliti dalam memecahkan permasalahan penelitiannya secara jelas dan terarah. teori yang pertama yaitu teori CMC oleh December, bahwa CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang, dan terlibat

dalam proses untuk membentuk media dalam berbagai tujuan. *Computer mediated communication* atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer merupakan segala bentuk komunikasi antar individu atau individu dengan kelompok yang asli berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan *internet*. CMC dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Wilayah CMC mengkaji bagaimana perilaku manusia dipelihara dan diubah dengan saling bertukar informasi melalui mesin. Penelitian CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang didukung teknologi komunikasi pesan teks berbasis komputer (Wood & Smith, 2005:4). *Twitter* kemudian dapat didefinisikan secara formal sebagai alat CMC, sebuah alat komunikasi asinkron (*delay*) yang memungkinkan komunikasi (*one-to-one, one-to-many*) dan kolaborasi selama periode waktu melalui bentuk berbeda dan waktu berbeda tempat (Bodomo, 2010:316).

Untuk teori yang kedua yaitu teori *social media* sebagai teori pendukung. *Social media* sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran usergenerated content (Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, 2010:61). Menurut Zarella (2010) media sosial berpengaruh terhadap perubahan perilaku penggunaannya. Sehingga dengan pengaruhnya *twitter* di kehidupan penggunaannya membuat *twitter* tidak pernah lepas dari kehidupan pengguna dan bahkan dapat mempengaruhi perilaku atau pun perubahan di dalam kehidupan dari pengguna itu sendiri.

Twitter adalah suatu situs web yang merupakan layanan dari *microblogging* yaitu suatu bentuk blog yang membatasi ukuran setiap post-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam *twitter update* hanya berisi 140 karakter. Yang mana *twitter* juga merupakan sebuah website yang dimiliki dan dioperasikan oleh *twitter Inc*, berupa jejaring sosial dan *migroblog*, yang menyediakan pengguna untuk mengirimkan dan membaca *tweets*. Sehingga *twitter* merupakan salah satu media sosial yang paling mudah digunakan, karena hanya memerlukan waktu yang singkat tetapi informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar secara luas (Zarella, 2010:31).

Sementara itu, ciri-ciri dari sebuah *microblogging* atau *twitter* dan dijadikan indikator dalam variabel *Twitter* (Madcoms, 2010: 144-159) yaitu :

1. *Update Status*, Pesan sepanjang 140 karakter yang digunakan untuk berbagi kepada teman di *twitter*.
 2. *Re-Tweet*, merupakan fasilitas yang ada di *twitter* yang dipergunakan untuk mengulang *tweet* yang dibuat oleh pengguna lain di *twitter*.
 3. *Direct Message*, Dengan fasilitas *direct message* ini pengguna dapat langsung mengirimkan pesan kepada pengguna lain di *twitter* secara langsung tanpa bisa dibaca oleh pengguna lain di *twitter*.
 4. *Mention*, merupakan balasan dari percakapan agar sesama pengguna *twitter* bisa langsung menandai orang yang akan diajak bicara.
 5. *Twitpic* atau *Twitter Pictures*, memposting gambar ke halaman *twitter*. Jadi semua *follower* yang sedang *online* saat kita posting, akan melihat foto yang pengguna *upload*.
- Trending Topic*, Topik atau isu yang lagi hangat atau sedang ramai dibicarakan orang di seluruh dunia maupun per negara.

Menurut Skinner seorang ahli psikologi yang dikutip Notoatmojo (2003) merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Menurut Swasta (2009), Faktor yang mempengaruhi perilaku pada diri seseorang itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis.

Menurut Hovart (2002), kecanduan tidak hanya terhadap zat saja tapi juga aktivitas tertentu yang dilakukan berulang-ulang dan menimbulkan dampak negatif. Perilaku kecanduan yaitu sejenis perilaku atau aktivitas yang dilakukan berulang-ulang namun sering kali berakibat negatif bagi pelakunya. Contoh kecanduan bisa bermacam-macam, bisa karena zat atau aktivitas tertentu seperti sexual activity, gambling, overspending, shoplifting, dll. Perilaku kecanduan sangat kuat berefek menyenangkan bagi pelaku namun seringkali berakibat negatif. Para pecandu termotivasi oleh harapan-harapan dari berbagai kesenangan atau bisa juga karena tekanan kelompok (Cohen dan Willerman, 1990:541). Adapun faktor yang mempengaruhi

ruhi kecanduan dan menjadi indikator dalam varianel kecanduan dari Griffiths (2005) yaitu *salience, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, dan relapse*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif-eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh satu variabel dengan yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2005:38).

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantono, 2008:151). Dan untuk teknik sampling yang di gunakan untuk mengambil sampel adalah teknik *random sampling*. Teknik *random sampling* yaitu mencakup orang-orang yang terdapat pada populasi tersebut, sehingga setiap anggota populasi memiliki hak yang sama untuk dijadikan responden dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan terhadap 187 responden yaitu pengguna aktif *twitter*. Berikut

hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner.

Rekapitulasi Dan Deskripsi Identitas Responden

Berdasarkan jenis kelamin, responden terbanyak adalah wanita dengan jumlah 118 responden atau 63,1%. Dari segi usia, responden terbanyak pada usia antara 18-20 tahun sebanyak 136 responden atau 72,7%. Selanjutnya berdasarkan kurun waktu memiliki akun *twitter* yaitu terbanyak pada waktu lebih dari 12 bulan sebanyak 157 responden atau 84,0%. Kemudian berdasarkan durasi mengakses *twitter* terbanyak lebih dari 20 menit sebanyak 98 responden atau 52,4%. Dan berdasarkan frekuensi mengakses *twitter* terbanyak lebih dari 12 kali sebanyak 120 responden atau 64,2% serta berdasarkan tempat mengakses *twitter* terbanyak yaitu mengakses di rumah/kos, sebanyak 99 responden atau 53%.

Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel 1 merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden atas pernyataan yang diajukan kepada responden melalui pengisian kuesioner.

Tabel 1
Rekapitulasi Tanggapan Responden

NO	Item Pernyataan	(SS) ≥ 5 kali dalam sehari		(S) 4-5 kali dalam sehari		(KS) 3 kali dalam sehari		(TS) 1-2 kali dalam sehari		(STS) 0-1 kali dalam sehari	
		n	%	N	%	n	%	n	%	N	%
Indikator : Twitter											
1.	Seberapa sering saudara melakukan update status/ tweet	-	-	-	-	3	1,6	157	84,0	27	14,4
2.	Seberapa sering saudara melakukan re-tweet terhadap tweet pengguna lain	-	-	1	0,5	1	0,5	136	72,7	49	26,2
3.	Seberapa sering saudara melakukan pengiriman pesan menggunakan Direct Message	14	7,5	26	13,9	47	25,1	83	44,4	17	9,1
4.	saya selalu melakukan mention/menjawab pesan/tweet atau percakapan dari pengguna lain	128	68,4	2	1,1	7	3,7	50	26,7	-	-

5.	Seberapa sering saudara meng-upload/memposting gambar/photo	2	1,1	16	8,6	39	20,9	117	62,6	13	7,0
6.	Seberapa sering saudara mengulas, membicarakan dan me-like isu dari trending topic tersebut	1	0,5	7	3,7	33	17,6	112	59,9	34	18,2
		SS		S		KS		TS		STS	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
7.	Saya selalu melakukan update status seputar kehidupan pribadi saya	83	44,4	95	50,8	8	4,3	1	0,5	-	-
8.	Saya selalu melakukan Update Status seputar aktivitas saya	104	55,6	76	40,6	7	3,7	-	-	-	-
9.	Saya selalu me-retweet terhadap tweet yang menginsirasi dan menarik	108	57,8	79	42,2	-	-	-	-	-	-
10.	Saya melakukan direct message untuk pesan yang pribadi	118	63,1	54	28,9	13	7,0	2	1,1	-	-
11.	Saya membalas direct message terhadap orang-orang yang saya inginkan dan yang saya ketahui saja	119	63,6	59	31,6	7	3,7	2	1,1	-	-
12.	Saya selalu membalas mention /percakapan dari pada melakukan atau melanjutkan aktivitas yang lain	53	28,3	90	48,1	44	23,5	-	-	-	-
13.	Saya menjawab dan membalas mention atau percakapan tanpa memperdulikan waktu	48	25,7	104	55,6	35	18,7	-	-	-	-
14.	Saya selalu melakukan mention tanpa memperdulikan lingkungan disekitar saya	21	11,2	108	57,8	57	30,5	1	0,5	-	-
15.	Saya mengunggah gambar/photo setiap ada kegiatan atau aktivitas tertentu	55	29,4	116	62,0	16	8,6	-	-	-	-
16.	Saya mengunggah gambar/photo dengan alasan karena saya merasa senang untuk melakukannya	27	14,4	149	79,7	10	5,3	1	0,5	-	-
17.	Saya mengunggah gambar/photo dikarenakan photo tersebut memiliki informasi penting	105	56,1	81	43,3	1	0,5	-	-	-	-
18.	Trending topic pada twitter membuat saya menjadikannya sebagai bahan pembicaraan selanjutnya kepada para pengguna twitter lainnya	65	34,8	118	63,1	3	1,6	1	0,5	-	-
19.	Trending topic pada twitter membuat saya menjadikan sebagai bahan informasi bagi diri saya	103	55,1	81	43,3	1	0,5	2	1,1	-	-

Indikator : Perilaku Kecanduan											
20.	Saya selalu memikirkan dan meluangkan banyak waktu untuk terus mengakses <i>twitter</i>	28	15,0	155	82,9	4	2,1	-	-	-	-
21.	Saya selalu mendahulukan untuk mengakses <i>twitter</i> dari pada mengerjakan hal lain	17	9,1	138	73,8	32	17,1	-	-	-	-
22.	Saya selalu merasakan kepuasan dan lebih bersemangat saat mengakses <i>twitter</i>	51	27,3	123	65,8	13	7,0	-	-	-	-
23.	Saya selalu merasa suasana hati yang buruk berubah menjadi lebih baik setelah mengakses <i>twitter</i>	57	30,5	126	67,4	4	2,1	-	-	-	-
24.	Saya selalu meningkatkan waktu untuk mengakses <i>twitter</i> sejak awal menggunakan sampai sekarang demi mencapai kepuasan	20	10,7	154	82,4	13	7,0	-	-	-	-
25.	Saya merasa gelisah, kesal dan sedih saat aktivitas <i>twitter</i> terhenti	15	8,0	146	78,1	26	13,9	-	-	-	-
26.	Saya mengalami konflik dengan orang-orang terdekat (keluarga, pasangan, teman-teman, tetangga dll) karena aktivitas mengakses <i>twitter</i>	2	1,1	100	53,5	82	43,9	1	0,5	2	1,1
27.	Saya memiliki masalah dengan perkuliahan karena selalu mengakses <i>twitter</i>	4	2,1	72	38,5	104	55,6	7	3,7	-	-
28.	Saya cenderung tidak mampu mengurangi mengakses <i>twitter</i> dan sulit untuk berhenti	80	42,8	84	44,9	21	11,2	2	1,1	-	-
29.	Saya merasa kembali muncul keinginan untuk mengakses <i>twitter</i> setelah berhenti	173	92,5	13	7,0	1	0,5	-	-	-	-

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2014

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang deskriptif yang menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan sangat setuju yang tinggi dari responden terhadap indikator-indikator dari variabel penelitian.

Analisis Data

Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat keandalan dan kesalahan alat ukur yang di gunakan. Me-

lihat validitas masing-masing butir pernyataan, cronbach (dalam Azwar, 2004:158) mengatakan bahwa koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi lembaga penelitian. Oleh karena itu, masing-masing butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari *corrected item-total correlation* minimal sebesar 0,30. Ada pun hasil uji validitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Twitter	1	0,413	0,30	Valid
	2	0,642	0,30	Valid
	3	0,519	0,30	Valid
	4	0,355	0,30	Valid
	5	0,381	0,30	Valid
	6	0,603	0,30	Valid
	7	0,417	0,30	Valid
	8	0,454	0,30	Valid
	9	0,337	0,30	Valid
	10	0,317	0,30	Valid
	11	0,402	0,30	Valid
	12	0,338	0,30	Valid
	13	0,375	0,30	Valid
	14	0,341	0,30	Valid
	15	0,336	0,30	Valid
	16	0,375	0,30	Valid
	17	0,376	0,30	Valid
	18	0,535	0,30	Valid
	19	0,327	0,30	Valid
Perilaku Kecanduan	1	0,429	0,30	Valid
	2	0,655	0,30	Valid
	3	0,346	0,30	Valid
	4	0,563	0,30	Valid
	5	0,392	0,30	Valid
	6	0,430	0,30	Valid
	7	0,546	0,30	Valid
	8	0,382	0,30	Valid
	9	0,492	0,30	Valid
	10	0,992	0,30	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan tabel 2 tersebut terlihat bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas dan untuk item yang memiliki koefisien di atas 0,30 berarti memberikan hasil yang memuaskan (Azwar, 2004:87) yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan di mensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Variabel tersebut akan di katakan reliabel jika *Cronbach's Alpha*-Nya memiliki nilai lebih besar dari 0,6 (Azwar, 2004:158). Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Variabel X (Twitter)	19	0,822	Reliabel
Variabel Y (Perilaku Kecanduan)	10	0,797	Reliabel

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2014

Dari tabel 3 menunjukkan angka pada kolom *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pertanyaan merupakan dimensi seluruh variabel adalah reliabel artinya item-item pertanyaan tersebut apabila ditanyakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban yang sama.

Analisi Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara *twitter* terhadap perilaku kecanduan mahasiswa Ilmu Komunika-

si Fisip Universitas Riau, maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik menggunakan rumus regresi linear sederhana.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek variabel Perilaku Kecanduan

X = subjek variabel Twitter

a = konstanta (harga Y bila X = 0)

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel bebas (X) yang didasarkan pada hubungan variabel terikat (Y)

n = jumlah sampel

Tabel 4
Rekapitulasi Perhitungan Statistik

No	Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	T Tabel	Signifikansi	Keterangan
1.	Konstanta (a)	2,242	9,878	1,973	0,000	Signifikan
2.	Twitter	0,434				

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2014

Berdasarkan tabel 4 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 2,242 + 0,434 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 2,242 dan koefisien variabel *twitter* sebesar 0,434. Sementara itu t hitung 9,878 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,937, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang di peroleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh yang signifi-

kan antara *twitter* terhadap perilaku kecanduan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Sentosa dan Ashari, 2005:125). Untuk menganalisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat di lihat pada tabel "Model Summary" berikut :

Tabel 5
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.345	.342	.16967

Tabel "Model Summary" tersebut memperlihatkan bahwa nilai R = 0,588 dan koefisien determinasi (R²) adalah sebesar 0,345 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi 0,588 x 0,588. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel *twitter* terhadap perilaku kecanduan adalah sebesar 34,5 % dengan kategori lemah. Sementara si-

sanya sebesar 65,5% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Kaitan Hasil Penelitian Dengan Teori

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, maka bisa dipastikan bahwa *twitter* sangat berpengaruh terhadap perilaku kecanduan

mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Twitter* dalam hal ini satu dari beberapa situs dengan ide *social networking* yang berbasis *microblogging* untuk menjalin sosialisasi dunia maya di mana pengguna dapat membentuk jaringan dengan mengundang teman dan memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirim “pembaharuan” berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter. *Twitter* juga merupakan bentuk-bentuk dari CMC yang disediakan dalam internet, selain dapat diakses melalui *mobile phone*, *twitter* juga dapat diakses melalui media komputer.

Twitter berbasis *microblogging* ini menyebabkan para pengguna *twitter* tersebut lebih mampu menjalin kehidupan sosial melalui interaksi dunia maya dan kurang memperhatikan interaksi dengan dunia nyata. Jenis komunikasi dalam *twitter* yaitu, *One To Many* di mana, individu melakukan *tweet*, sehingga orang yang mengikuti dia atau pesan apa yang disampaikan dan *One To One* yaitu ketika individu berkomunikasi hanya untuk kesenangan individu tersebut, yaitu dengan melakukan *reply* atau DM (*direct message*). Dalam hal ini menggunakan karakteristik dari CMC yaitu interaktif, di mana dalam *twitter* dapat dilakukan tanya jawab, sehingga pengguna komputer yang satu dan yang lain dapat mengetahui jawaban dari pertanyaan mereka secara langsung. Karakter teori CMC yang lain yaitu multimedia. Dalam hal ini *twitter* dapat juga membagi link-link, gambar-gambar melalui *twitpict*. *Twitpict* dapat dilakukan dengan mengupload gambar yang diinginkan dan kemudian dapat *dishare* di *twitter*. Namun, CMC juga berdampak buruk bagi penggunanya karena manusia menjadi cenderung lebih menyukai berkomunikasi melalui media dari pada berkomunikasi secara tatap muka.

Sementara untuk teori *social media* sendiri dalam penelitian ini bahwa *twitter* merupakan salah satu jenis dari *social media* dan juga salah satu media sosial yang sedang trend di kalangan mahasiswa salah satunya yaitu *twitter* yang berbasis *microblogging* di mana kita sebagai pengguna dapat memberikan informasi *update* (perbaruan) informasi tentang diri kita, bisnis dan lain sebagainya. Setiap hari pengguna selalu *log in* dan *sign up* di media sosial *twitter* ini, yang mana setiap harinya pengguna dapat mengekspresikan apa pun di dalam *twitter* tersebut. pengguna di dalam *twitter* ini pun, di mana

pun dan kapan pun selalu meng-*share* apa pun kegiatan atau pun aktivitas mau pun hal-hal yang terjadi di dalam *twitter* dan mendapat komentar dari pengguna lain. Disebutkan juga dalam teori ini menurut Zarella (2010) bahwa *social media* berpengaruh terhadap perubahan perilaku penggunanya. Sehingga dengan berpengaruhnya *twitter* di kehidupan penggunanya membuat *twitter* tidak pernah lepas dari kehidupan pengguna dan bahkan dapat mempengaruhi perilaku atau pun perubahan di dalam kehidupan dari pengguna itu sendiri. itu artinya pengguna *twitter* ini sendiri lebih nyaman untuk berintegrasi dengan media sosial *twitter*-nya ketimbang dengan dunia real mereka. Hal ini terlihat dalam penelitian ini bahwa pengguna lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mengakses *twitter* lebih dari 20 menit dalam satu hari dan lebih dari 12 kali mengakses *twitter*. Sehingga dalam penelitian ini bahwa *twitter* sangat memiliki pengaruh yang cukup besar didalam kehidupan para penggunanya. Dan pada konteks penelitian ini bahwasanya *twitter* menyebabkan pengaruh kecanduan bagi penggunanya.

Namun demikian bahwa di dalam teori *social media* ini juga mengatakan Menurut Kaplan (dalam Nurdin) memaparkan bahwa *social media* sedikit banyak dapat menimbulkan dampak positif dan negatif bagi penggunanya. “Keberadaan media sosial memiliki dampak positif dan negatif yang perlu diwaspadai”. sehingga pada konteks penelitian ini, bahwa media sosial sendiri yaitu *twitter* sedikit banyak dapat menimbulkan dampak positif dan negatif bagi penggunanya. Namun demikian bahwa di dalam konteks penelitian ini *twitter* memberikan dampak negatif bagi perubahan perilaku penggunanya yakni perilaku kecanduan yang dari hasil penelitian kebanyakan hampir 84 responden atau 44,9 menyatakan cenderung tidak mampu mengurangi mengakses *twitter* dan sulit untuk berhenti.

Simpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh *twitter* terhadap perilaku kecanduan atas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana, menggunakan program SPSS 20 *for windows*, menunjukkan hasil sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 2,242 + 0,434 X$. bilangan konstanta sebesar sebesar 2,242 dan koefisien variabel *twitter* sebesar 0,434. Sementara itu t hitung 9,878 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,937, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh *twitter* terhadap perilaku kecanduan. Maka artinya bahwa H_a diterima H_o ditolak.
- b. Berdasarkan tabel "Model Summary" memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,588$ dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,345 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi $0,588 \times 0,588$. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel *twitter* terhadap perilaku kecanduan adalah sebesar 34,5%. Sementara sisanya sebesar 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Artinya *twitter* berpengaruh terhadap perilaku kecanduan mahasiswa Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Dan besarnya pengaruh dengan kategori lemah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Fauzi. 2009. *All About Twitter*. Bandung: Mizan Media Utama
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bodomo, Adams. 2010. *Computer mediated communication for linguistic and literacy: technology and natural language education*. California : Harsey PA : information science reference,c2010
- Bungin, H.M, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana

- Cohen, D.B dan Willerman, L. 1990. *Psychopathology*. New York: Mc Graw-Hill
- Griffiths, Mark dan Widyanto, Laura, 2005. *Internet Addiction: A Critical Review*. Int J Ment Health Addict 4: 31–51.
- Hovart, Arthur. T. (2002). Coping with addiction. Retrieved 2006,
- Madcoms, 2010. *Facebook, Twitter, Plurk, Dalam Satu Gengaman*. Yogyakarta: Andi
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta
- Santosa, Ashari, dan Purbayu Budi. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Swastha, Basu DH, 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Sony. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kaplan, Andreas M dan Michael Haenlein. 2010. *Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Wood, Andrew F and Smith, Matthew J, 2005, *Online Communication, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey*.
- Zarella, D. 2010. *The Social Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI

Sumber lain

- VIVAnews, Rabu, 8 Februari 2012
(<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/286128-twitter-dan-facebook-lebih--nyandu-dari-rokok/>) (Di akses pada 12 November 2013 pukul 20.10 Wib)
- Kompas, 9 Februari 2009 (<http://tekno.kompas.com/read/2012/02/06/11295059/twitter.lebih.bikin.kecanduan.ketimbang.rokok/>) (Di akses pada 23 November 2013 pukul 16.20 Wib)
- Okezone, Selasa (10/12)
(<http://teknologi.okezone.com/read/2012/07/09/55/660986/twitter-dapat-mengubah-perilaku/large>) (Di akses pada 28 November 2013 pukul 13.45 Wib)