

PENERIMAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA KOTA PEKANBARU

Rumyeni

Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau

email: rumyeni.arum@gmail.com

ABSTRAK: 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 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

Abstract : *The use of social media continues to increase over time. Social media is utilized by its users for various purposes. A variety of features and applications are complete and interesting social media makes it very easy to be accepted by various circles. The technological acceptance model (TPA) by Davis (1989) assumes that perceived ease and benefit factors influence the reception or use of technology. The purpose of this study was to identify the influence of ease factor and social media benefits perceived by users in this case is students in the city of Pekanbaru to acceptance of social media. This study uses quantitative methods by distributing questionnaires to 166 respondents college students Pekanbaru. The results showed that both convenience and perceived benefit factors had an influence on social media acceptance among state college students in Pekanbaru City. Influence is included in the medium category that is at the number 40.5 percent.*

Keywords: social media, technology acceptance model, student

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 penggunaanya 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 *gatget* 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 penggunaannya 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* (persepsikegunaan), *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 pengguna nalarang 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 cooperate*) 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 edi-

tor sebagaimana di institusi media massa. *Keempat*, Van Dijk (2013), media massa adalah *platform* 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 in-

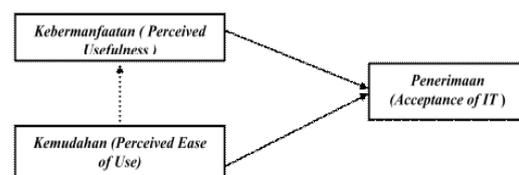
teraksi antarpengguna tersebut.

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 dikenalkan 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.

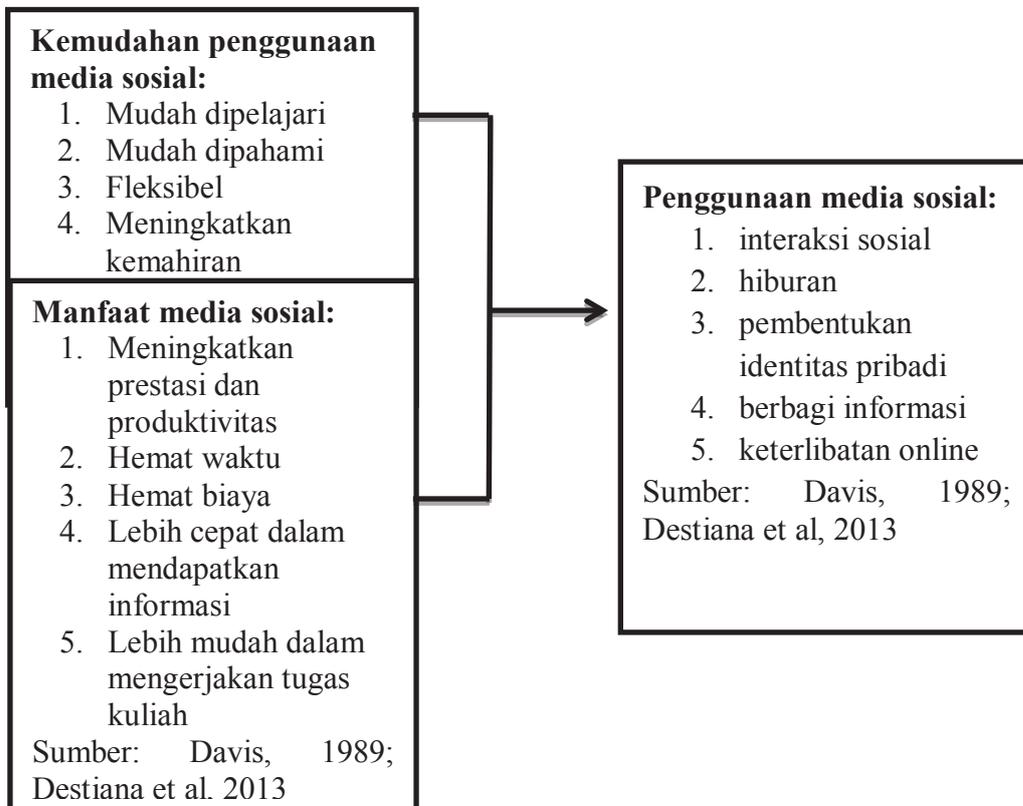
Davis (1989) mendefinisikan *percieved ease of use* sebagai keyakinan akan

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) Pembentuka 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. Pupulasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya sehingga masuk dalam kategori *unknown population*.

Mengingat pupulasi 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 kuisiner 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). Kuisiner 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 kemu-

dahan 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 explanato-ry*). 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 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 padakelompokmanarespon-

denberada. 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 mengak-

ses 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 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	7	4,2
1 – 2 Tahun	18	10,8
2 – 3 Tahun	17	10,2
3 – 4 Tahun	25	15,1
4 – 5 Tahun	19	11,5
> 5 Tahun	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.

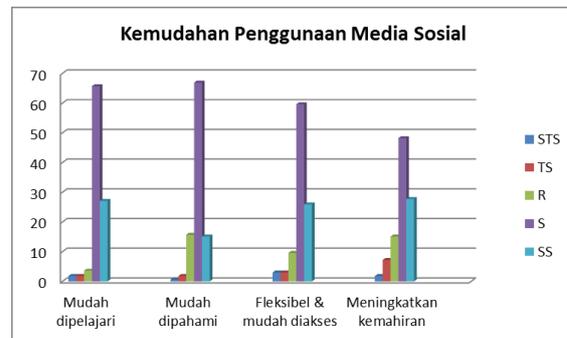
Tabel 2 menunjukkan bahwa sebanyak 71 orang responden atau 42,7 persen mengakses Facebook, diikuti oleh instagram yaitu sebanyak 40 responden atau 24,1 persen. Jenis media sosial lain seperti Blackberry massanger (BBM), Twitter, Path, Whatsapp, Google+ dan lainnya masing-masing persentasenya sangat kecil. 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 Pengunaan dan Manfaat Media Sosial

Kemudahan penggunaan media sosial dapat dijelaskan ke dalam empat inikator 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 gambar3 di. Sebagaimana yang terlihat pada gambar, 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.

Gambar 3
Kemudahan Penggunaan Media Sosial



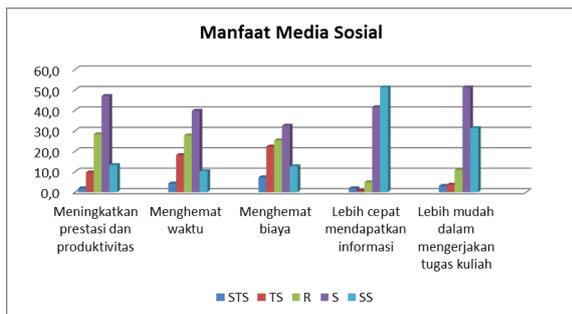
Sumber: data yang diolah, 2015

Gambar3 juga 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 66,7 persen dari keseluruhan responden. Selanjutnya untuk setiap pernyataan tidak sampai 2 persen responden yang menyatakan sangat tidak setuju bahwa media sosial memiliki kemudahan dalam menggunakan atau mengaksesnya.

Selanjutnya, variabel manfaat media sosial pada penelitian ini mencakup indikator membuat pekerjaan lebih mudah,

meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efektifitas. Keseluruhan indikator dijabarkan dalam lima pernyataan. Tanggapan responden pada variabel ini dapat dilihat pada Gambar 4.

Gambar 4
Manfaat Media Sosial



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 gambar 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 cepat mendapatkan informasi sehingga lebih mudah dalam mengerjakan tugas kuliah. Lebih dari 50 persen responden yang menyatakan hal tersebut. Menariknya, cukup banyak responden yang tidak setuju bahwa media sosial dapat menghemat biaya yaitu sebanyak 22,3 persen, namun demikian jumlah tersebut masih jauh lebih sedikit jika dibanding mereka yang menyatakan setuju. Dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial banyak memberikan manfaat bagi para penggunanya.

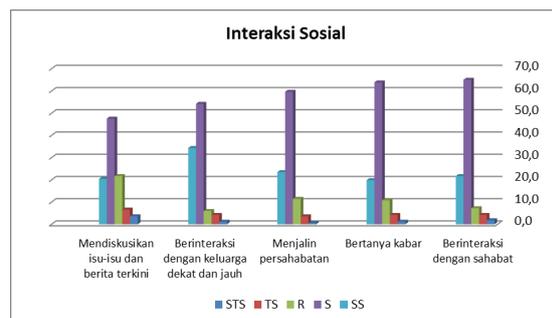
Penerimaan Media Sosial

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.

Gambar 5
Interaksi Sosial



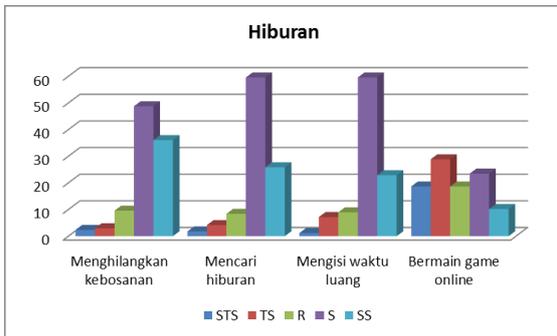
Sumber: data yang diolah, 2015

Mayoritas responden banyak menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan sahabat yaitu sebesar 65,1 persen. Selain itu mereka juga menggunakan media sosial untuk bertanya kabar, menjalin persahabatan, berinteraksi dengan keluarga baik yang jauh maupun dekat, dan mendiskusikan isu-isu dan berita terkini adalah yang paling sedikit dilakukan. Hanya 47,6 persen responden yang menjawab setuju atas pernyataan tersebut.

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. Gambar6 berikut ini memaparkan tanggapan responden tentang faktor hiburan sebagai motif mereka dalam mengakses media sosial.

**Gambar6
Hiburan**



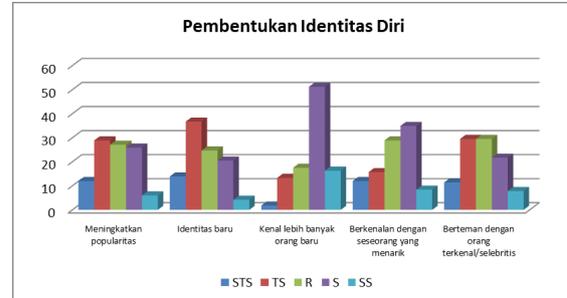
Sumber: data yang diolah, 2015

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 yaitu 28,9 persen penggunaan media sosial untuk bermain *game online*, namun yang menjawab setuju juga hampir sama banyak yaitu 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.

Penggunaan media sosial juga diketahui bertujuan untuk membentuk identitas diri. Tanggapan responden tentang penggunaan media sosial dalam pembentukan

identitas diri responden dipaparkan pada gambar 7.

**Gambar 7
Pembentukan Identitas Pribadi**

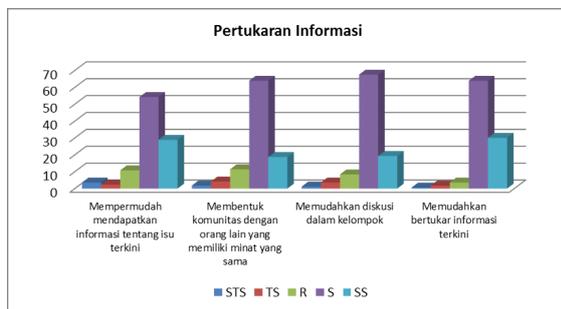


Sumber: data yang diolah, 2015

Gambar 7 menunjukkan variasi respon mahasiswa sebagai pengguna media sosial berkaitan dengan pembentukan identitas pribadi mereka melalui media sosial. Tidak ada jawaban yang benar-benar dominan, kecuali berkaitan dengan pernyataan tentang penggunaan media sosial untuk dapat kenal dengan lebih banyak orang-orang baru. Sebanyak 51,2 persen responden setuju bahwa mereka bisa berkenalan dengan orang-orang baru. Respon tidak setuju didominasi oleh pernyataan bahwa responden mengakses media sosial untuk mendapatkan identitas baru (36,7 persen).

Media sosial merupakan media berjarangan yang dapat menghubungkan orang-orang di berbagai penjuru belahan dunia. Informasi yang terkandung di dalamnya juga sangat beraga. Hal ini tentu saja memberikan kemudahan kepada pengguna untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk saling berbagi informasi. Tanggapan responden tentang penggunaan media sosial sebagai media untuk pertukaran informasi dijabarkan pada gambar8.

Gambar8
Pertukaran informasi



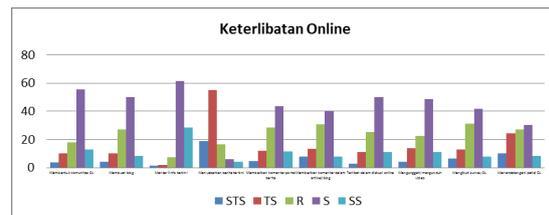
Sumber: data yang diolah, 2015

Data pada gambar8 menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa media sosial berguna untuk saling bertukar informasi. Menurut mereka media sosial memudahkan mereka untuk mendapatkan informasi tentang isu-isu terkini. Mayoritas mahasiswa juga setuju bahwa melalui media sosial mereka dapat membentuk komunitas dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. Ada data bahwa media sosial memudahkan untuk berdiskusi dalam kelompok (67,5 persen). Kemudian, hampir keseluruhan responden menyatakan bahwa dengan mengakses media sosial mereka dapat saling bertukar informasi terkini. Hal ini tentu saja dikarenakan media sosial memiliki karakteristik *real time* sehingga informasi sangat cepat diperoleh dan sangat mudah disebarluaskan.

Media sosial memungkinkan penggunaannya untuk aktif terlibat. Justru kelebihan media sosial yang tidak dimiliki oleh jenis media lainnya adalah keleluasaan pengguna untuk melibatkan diri tersebut. Tabel 9 memperlihatkan bahwa kebanyakan responden setuju bahwa mereka cukup aktif melibatkan diri dalam berbagai aktivitas di media sosial seperti membentuk komuni-

tas online, membuat blog, mencari berita terkini, memberikan komentar pada berita online, memberikan komentar dalam artikel/blog, terlibat dalam diskusi online, mengunggah atau mengunduh video berita terkini, dan mengikuti survei *online*.

Gambar9
Keterlibatan Online



Sumber: data yang diolah, 2015

Namun demikian, untuk jenis keterlibatan lain seperti menyebarkan berita terkini dan menandatangani petisi online, cukup banyak responden yang menjawab ragu-tagu bahkan tidak setuju. Respons tidak setuju paling banyak adalah pada pernyataan media sosial diakses untuk menyebarkan berita terkini (54,8 persen). Data ini menunjukkan bahwa responden tidak begitu banyak memanfaatkan media sosial untuk mengasah kemampuan *citizen journalism* mereka. Keterlibatan mereka di media sosial masih didominasi untuk tujuan mencari informasi berita terkini, bukan menyebarkan informasi dan kejadian yang terjadi di sekitar mereka untuk diberitahukan kepada khalayak ramai.

Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis, uji regresi linear berganda telah digunakan untuk melihat pengaruh atau kontribusi tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,646	7,808		3,925	,000
	Kemudahan	2,470	,517	,328	4,780	,000
	Manfaat	1,799	,300	,412	5,997	,000

Sumber: Data Olahan peneliti, 2015

Dari hasil pengolahan data regresi berganda dua variabel pada tabel 10 di atas, diperoleh bilangan sebagai berikut: Konstanta (a) = 30,646, Koefisien variabel $X_1(b_1)$ = 2,470, Koefisien variabel $X_2(b_2)$ = 1,799. Dengan demikian dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 30,646 + 2,470 X_1 + 1,799 X_2$$

Dari persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari masing-masing koefisien variabel adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 30,646, diartikan bahwa variabel X_1, X_2 tetap atau tidak mengalami perubahan atau penurunan maka penggunaan sebenarnya media sosial pada mahasiswa akan sebesar 30,646 poin.
- b. Koefisien variabel $X_1(b_1)$ sebesar (2,470), artinya variabel persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan media sosial dapat meningkatkan penggunaan sebenarnya dari media sosial pada mahasiswa pada perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru karena terbukti adanya pengaruh.

- c. Koefisien variabel $X_2(b_2)$ sebesar 1,799, artinya variabel manfaat media sosial yang dirasakan oleh mahasiswa mempengaruhi penggunaan media sosial pada mahasiswa di perguruan tinggi di Kota Pekanbaru

Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. R² digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan secara bersama-sama dari variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinasi (R²) dapat dicari melalui analisis regresi linear berganda. Koefisien determinasi ini menunjukkan ketepatan persamaan regresi yang diestimasi dari sampel yang berhasil dikumpulkan nilai R² berkisar antara 0 sampai 1 atau 0 < R < 1. Bila R² semakin besar (mendekati 1), maka sumbangan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen semakin besar.

Tabel 4
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	.637 ^a	.405	.398	11.873	.405	55.529

Sumber: data olahan peneliti, 2015

Berdasarkan tabel 11 di atas dapat diketahui nilai R² adalah 0,405 (40,5%). Artinya, variansi variabel terikat yang dapat dijelaskan variabel bebas sebesar 40,5% sedangkan yang 59,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Berdasarkan kategori interpretasi nilai koefisien determinasi oleh Sugiyono (2010: 184) angka tersebut masuk dalam kategori sedang.

Pengujian hipotesis pertama dan kedua digunakan uji t. Uji t dilakukan dengan membandingkan p value dengan nilai α . Jika p value < α , maka signifikan. Jika p

value > α , maka tidak signifikan. Dari pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa: P value X_1 (0,001) < α (0,05), hal ini menunjukkan hipotesis 1 terbukti, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan media sosial terhadap penggunaan/penerimaan media sosial pada mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru. P value X_2 (0,001) < α (0,05). Hal ini menunjukkan hipotesis kedua terbukti. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara manfaat media sosial terhadap penggunaan/penerimaan media sosial pada mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru.

Pembahasan

Dari dua hipotesis yang dikemukakan keseluruhan terbukti memberikan kontribusi yang positif terhadap model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*). Hal ini membuktikan bahwa dalam menggunakan media sosial para mahasiswa khususnya di perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru memang dipengaruhi oleh faktor kemudahan yang mereka rasakan dan manfaat yang diperoleh dari media sosial tersebut.

Meskipun berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pengaruh tersebut masuk dalam kategori sedang, namun tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial menjadi satu jenis media yang semakin populer disebabkan oleh kemudahan dalam penggunaannya. Mayoritas mahasiswa menyatakan bahwa media sosial mudah dipelajari, dan mereka juga menyatakan bahwa tidak sulit untuk memahami berbagai fitur yang tersedia di media sosial. Fleksibilitas media sosial juga menjadikan salah satu faktor yang membuat media sosial mudah dibawa kemana-mana dan bisa diakses dari berbagai jenis media baik melalui PC atau laptop, telepon pintar maupun telepon genggam yang menyediakan fasilitas jaringan.

Penggunaan media sosial oleh mahasiswa di perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru juga disebabkan oleh banyaknya manfaat yang mereka rasakan dengan mengakses aplikasi tersebut. Manfaat yang paling banyak dirasakan oleh mahasiswa adalah kemudahan mereka dalam mengerjakan tugas kuliah. Mereka juga menganggap bahwa dengan menggunakan media sosial mereka bisa menghemat biaya dan menghemat waktu karena berbagai kebutuhan mereka untuk mendapatkan berbagai informasi terkini maupun referensi bisa mereka peroleh hanya dengan mengakses media sosial yang akan membawa mereka kepada link-link yang bisa memenuhi kebutuhan tersebut

Beberapa aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa ketika mengakses media sosial adalah untuk berinteraksi sosial, mencari hiburan, membentuk identitas pribadi, bertukar informasi, dan terlibat aktif di media sosial. Beragai kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa sebagai pengguna media sosial menjadikan mereka banyak memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk berinteraksi dengan teman atau pengikut mereka di media sosial. Mereka memanfaatkan media sosial untuk menjalin hubungan persahabatan, berinteraksi dengan keluarga, maupun hanya sekedar bertanya kabar. Fitur-fitur media sosial yang tersedia seperti fitur obrolan maupun postingan status dan komentar seyogyanya memang memudahkan para pengguna media sosial untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi secara bebas dan leluasa.

Banyak juga diantara mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk mencari hiburan, menghilangkan kebosanan, mengisi waktu luang dan bermain *game online*. Media sosial adalah media baru yang menawarkan berbagai jenis hiburan baru yang berbeda jika dibandingkan hiburan pada media konvensional lainnya. Di media sosial banyak terdapat gambar, video, tautan yang menghubungkan ke situs lain dengan konten yang beraneka ragam, serta banyaknya jenis permainan yang bisa dimainkan oleh pengguna baik secara individu maupun berkelompok. Selanjutnya, mahasiswa juga menggunakan media sosial agar bisa berkenalan dengan orang-orang baru, orang-orang yang dianggap menarik maupun orang terkenal dan selebritis. Meskipun demikian tidak banyak yang menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial untuk mendapatkan identitas baru dan memperoleh popularitas. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa kebanyakan mahasiswa menggunakan media sosial lebih didominasi untuk tujuan menambah pertemanan.

Selain itu, media sosial juga banyak digunakan oleh mahasiswa untuk bisa sal-

ing bertukar informasi. Media sosial diakui oleh mahasiswa dapat mempermudah mereka dalam memperoleh informasi tentang isu-isu terkini. Kemudian melalui media sosial mahasiswa juga bisa membentuk grup atau komunitas dengan orang lain yang memiliki minat dan hobi yang sama. Salah satu fitur yang disediakan oleh media sosial khususnya Facebook adalah fitur group yang memudahkan orang-orang untuk bergabung dalam satu kelompok tertentu. Dalam grup tersebut orang-orang yang bergabung bisa berdiskusi dan membahas satu isu dan saling bertukar informasi.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa cukup aktif dalam keterlibatan *online* di media sosial. Beberapa keterlibatan yang mereka lakukan adalah bergabung dalam komunitas atau kelompok online, membuat blog, memberikan komentar di berita *online* dan artikel/blog, terlibat dalam diskusi online, mengunggah/mengunduh video berita, dan mengikuti survei *online*. Namun demikian tingkat keterlibatan dalam hal yang lain seperti menyebarkan berita terkini dan mengikuti petisi *online* belum seaktif keterlibatan mereka pada hal-hal yang telah disebutkan sebelumnya.

Jika dibandingkan dengan penelitian sejenis sebelumnya yang telah dilakukan oleh Destiana et al (2013) penelitian ini menunjukkan pengaruh yang lebih kecil meskipun sama-sama pada kategori pengaruh yang sedang. Penelitian ini memiliki koefisien determinasi 0,405 yang bermakna variabel kemudahan dan manfaat, memiliki pengaruh sebesar 40,5 persen terhadap variasi penggunaan sebenarnya dari media sosial, sedangkan penelitian sebelumnya oleh Destiana et al (2013) memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,514 yang bermakna dua variabel bebas kemudahan dan manfaat memiliki pengaruh sebesar 51,4 terhadap variabel terikat penggunaan media sosial. Selanjutnya dari 4 variabel bebas yang digunakan oleh Destiana et al dalam penelitiannya terbukti variabel man-

faat tidak memiliki pengaruh terhadap variabel penggunaan media sosial, sebaliknya dalam penelitian ini, dari dua variabel bebas yaitu kemudahan dan manfaat yang digunakan kedua-duanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel penggunaan media sosial.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa P value $X_1 (0,001) < \alpha (0,05)$, hal ini menunjukkan hipotesis 1 terbukti, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan media sosial terhadap penggunaan/penerimaan media sosial pada mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru. P value $X_2 (0,001) < \alpha (0,05)$, hal ini juga menunjukkan hipotesis kedua terbukti. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara manfaat media sosial terhadap penggunaan/penerimaan media sosial pada mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru. Faktor kemudahan dan manfaat yang dirasakan memberikan pengaruh sebesar 40,5 persen terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru. Hal ini terbukti melalui nilai koefisien determinasi sebesar 0,405.

Penelitian ini merekomendasikan kepada mahasiswa untuk menggunakan berbagai kemudahan yang tersedia di media sosial untuk menunjang aktifitas mereka dalam kegiatan perkuliahan. Kemudahan tersebut semestinya juga dimanfaatkan untuk bisa meningkatkan kemampuan dan keterlibatan di media sosial khususnya pada hal-hal yang belum banyak dilakukan oleh mahasiswa misalnya seperti melakukan penyebaran berita dan informasi-informasi terkini yang terjadi disekitar mereka melalui kegiatan *citizen journalism*. Hal ini diharapkan akan mengasah kemampuan mereka dalam hal menulis dan mempublikasikan berita yang dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Adanya manfaat dengan mengakses media sosial, semestinya mahasiswa dapat lebih meningkatkan prestasi akademik mer-

eka, mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk menambah wawasan dan pengetahuan, bukan sekedar digunakan untuk hiburan dan menghabiskan waktu semata. Kajian ini menarik untuk ditindaklanjuti khususnya dengan menambahkan variabel lain untuk menyempurnakan model TAM yang telah ada untuk diuji.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, S., 2001. *Sikap Manusia Teori dan Pengukuran*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Davis, F.D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*. Vol.13(3): 319-340.
- Destiana, Ika, Ali Salman & Mohd. Helmi Abd. Rahim. 2013. Penerimaan media sosial: kajian dalam kalangan universiti di Palembang. *Malaysian Journal of Communication*. Vol. 29(2): 125-140
- Kriyantono, Rahmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera
- Paramitha, Cindy Rizal putri. 2011. *Analisis Faktor Pengaruh promosi Berbasis Social Media Terhadap keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Ekonomis-1. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Salman, Ali & Samsudin A. Rahim. 2012. *New media and youth participation: towards nation building*. Retrieved from <http://www.ukm.my/> [30 Agustus 2015].
- Singarimbun, M. & Effendi S. 2005. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sumber lain:

- Alexa. 2012. Top sites. Diakses dari <http://www.alexacom>
- Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2011. Statistik ICT 2011
- Nielsen. 2011. State of the media: the social media report. Diakses dari <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/social>
- Socialbakers. 2012. Social media rank. Diakses dari <http://www.alexacom>