

**PEMILIHAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA UNTAG SURABAYA**  
*Social Media Selection: Case Study of Students Untag Surabaya*

**Dwi Diah Arum Ratnasari<sup>1</sup>**  
**Edy Sudaryanto<sup>2</sup>**  
**Achluddin Ibnu Rochim<sup>3</sup>**

**ABSTRACT**

*This research is motivated by social media election conducted by current students. Globalization is growing rapidly and sophisticated technology becomes a factor flourishing of social media. Account or ownership of social media has become commonplace owned for communication activities. Social media is a medium for interaction that can facilitate in establishing communication between students who are in six faculties. Motivation is used in the selection of social media namely Motivation Diversion (Entertainment), Motivation Personal Identity (Fostering Social Affairs), and Motivation Cognitive (Knowledge). The method used in this study is a survey method is a method of research using questionnaires with Guttman scale as a data collection instrument. While this kind of research is descriptive quantitative research. This study uses a model that considers the Uses and Gratification active audiences use media to meet their needs. It encourages the writer to determine whether the motivation - the motivation to make the reason the students in choosing social media uses.*

**Keywords:** *selection, social media, motivation, students*

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemilihan media sosial yang dilakukan oleh mahasiswa saat ini. Arus globalisasi yang semakin berkembang pesat dan canggihnya teknologi menjadi faktor tumbuh suburnya media sosial. Akun atau kepemilikan Media sosial sudah menjadi hal yang lumrah dimiliki untuk aktivitas berkomunikasi. Media sosial merupakan media untuk berinteraksi yang dapat memudahkan dalam menjalin komunikasi antar mahasiswa yang terdapat di enam fakultas. Motivasi digunakan dalam pemilihan media sosial yaitu Motivasi Diversi (Hiburan), Motivasi Identitas Personal (Membina Hubungan Sosial), dan Motivasi Kognitif (Pengetahuan). Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner dengan skala Guttman sebagai instrumen pengumpulan datanya. Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan Model *Uses and Gratifications* yang menganggap khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut yang mendorong penulis untuk mengetahui apakah motivasi – motivasi tersebut menjadikan alasan para mahasiswa dalam memilih media sosial yang digunakannya.

**Kata Kunci :** pemilihan, media sosial, motivasi, mahasiswa.

---

<sup>1</sup> Dwi Diah Arum Ratnasari, mahasiswa Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

<sup>2</sup> Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom., pengajar pada Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

<sup>3</sup> Achluddin Ibnu Rochim, S.H., M.Si., pengajar pada Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, S-1 Administrasi Publik, dan mahasiswa S-3 Ilmu Administrasi, FISIP, Untag Surabaya

## PENDAHULUAN

Internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam berbagai bidang. Perkembangan teknologi baru menawarkan perubahan besar di semua bidang. Media *konvergen* digunakan dalam arti bergabungnya layanan yang dahulu terpisah, termasuk *internet*, kabel dan telepon.

Bentuk perubahan yang terjadi pada media banyak macamnya. Koran mengalami penurunan jumlah pembaca pada waktu tertentu. Beberapa majalah menerbitkan edisinya melalui *World Wide Web*. Orang – orang menghabiskan lebih banyak waktu dalam berkomunikasi dengan orang lain dengan menggunakan ruang obrol (*chat room*) di komputer, dan permainan dunia maya (*virtual*) memberikan pengalaman dan kepuasan baru bagi penggunanya.

Media sosial dewasa ini semakin populer di kalangan masyarakat di berbagai belahan dunia. Tidak hanya pada negara-negara yang sudah maju saja namun juga pada negara berkembang pun menjadi sasaran dari media sosial. Media sosial saat ini sedang digandrungi oleh semua orang, dan tidak mengenal status orang. Orang kaya, orang miskin, pelajar, mahasiswa, orang tua, anak muda, orang desa, orang kota, semua dapat mengakses media sosial. Arus globalisasi yang semakin berkembang pesat dan canggihnya teknologi menjadi faktor tumbuh suburnya media sosial. Akun atau kepemilikan Media sosial sudah menjadi hal yang lumrah dimiliki untuk aktivitas berkomunikasi.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan **media sosial** sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*" (Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein [2010] "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53(1): 59–68).

Selama 24 jam, berbagai peristiwa di belahan dunia begitu cepat bisa kita lihat, tanpa perlu menunggu disiarkan oleh kantor berita lalu dicetak, tetapi bisa langsung dilihat di smartphone lewat media sosial. Blogging, menulis tweet, dan berkirim podcast telah membuka berbagai cara baru untuk berbagi

informasi dan berekspresi. Terbukanya jalan menuju media baru (*new media*) memperlebar kesempatan untuk berdialog, bertukar pikiran dan berbagi pengetahuan dan informasi

Syifa Ratna Pujasari, Muhammad Syamsun, R. Dikky Indrawan mengkaji "Analisis Efektivitas *Social Media* dan Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum Berdasarkan Karakteristik Pengeluaran" (2011). Informasi di *social media* mengenai es krim Wall's Magnum mampu mengkomunikasikan informasi dengan efektif kepada konsumen hingga timbul apabila melewati informasi di *social media* mengenai es krim Wall's Magnum yang mampu membangun sikap konsumen terhadap es krim Wall's Magnum sehingga dapat meningkatkan niat beli dan meningkatkan pembelian nyata konsumen untuk membeli es krim Wall's Magnum.

Yulita, Rustiyarso, Bambang Genjik meneliti "Analisis Pemilihan Media Jejaring Sosial Berbasis Komputer dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Siswa di SMPS" (2010). Dimana penulis ini mengadopsi/menggunakan metode belajar aktif (namun tetap terkendali ) untuk memanfaatkan aplikasi teknologi internet khususnya media jejaring sosial berbasis komputer seperti Facebook, Twitter agar dapat dijadikan media pembelajaran secara optimal dalam kegiatan proses belajar-mengajar. Perlunya orang tua mengetahui penggunaan media jejaring sosial sehingga mereka dapat memberikan pemahaman yang baik berkenaan dengan pemanfaatan media jejaring sosial berbasis computer yang dilakukan oleh anak mereka. Sehingga kasus-kasus kejahatan yang sering terjadi melalui penyalahgunaan media jejaring sosial yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab seperti penculikan gadis dibawah umur (pelajar) penipuan, perkosaan dan sebagainya dapat dihindarkan. Penulisan selanjutnya

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Nawawi (2003 : 64) metode deskriptif yaitu metode-metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada saat

penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya diiringi dengan interpretasi yang rasional dan akurat. Dengan demikian penelitian ini akan menggambarkan fakta-fakta dan menjelaskan keadaan dari objek penelitian berdasarkan fakta-fakta dan menjelaskan keadaan dari objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada dan mencoba menganalisis kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh.

Menurut Arikunto (1997:07), data dalam penelitian adalah subyek-subyek dari mana data diperoleh. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Motivasi Diversi

Analisis berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa motivasi responden pria dalam memilih media sosial tersebut disebabkan adanya fitur *game online* sebanyak 59.5% dari 42 responden. Sedangkan dari 58 responden wanita sebanyak 60.3% memilih media sosial tersebut tidak berdasarkan adanya fitur *game online*. Analisis motivasi hiburan bahwa media sosial memberikan hiburan yang berbeda dengan media lainnya seperti TV, Radio. Hal ini ditegaskan dengan banyak responden yang setuju, dari responden pria 71.4% dari total dan responden wanita sebanyak 70.7%. Sedangkan motivasi hiburan yang menyatakan bahwa media

sosial sebagai sarana mengeksistensikan diri sendiri (upload Foto atau Video) menegaskan bahwa responden wanita cenderung memanfaatkan media sosialnya sebagai hiburan eksistensi diri sebanyak 79.3% dan responden pria 64.3%.

Analisis berdasarkan Fakultas mendapatkan data bahwa motivasi hiburan untuk pemilihan media sosial yaitu dengan menawarkan *game online* cenderung Fakultas Teknik setuju dengan persentase 64.7%, diikuti dengan FISIP 41.2 %, F.Psikologi 47.1%, F. Sastra 37.5%, F. Ekonomi 50.0%, dan F.Hukum 47.1%. Sedangkan alasan bahwa media sosial memberikan hiburan berbeda media lain seperti TV, Radio menegaskan bahwa para responden setuju dengan hal itu dengan persentase FISIP 82.4%, F.Teknik 52.9 %, F.Psikologi 70.6%, F.Sastra 56.3%, F.Ekonomi 93.8%, dan F.Hukum 70.6%. Untuk motivasi tentang alasan pemilihan media sosial sebagai sarana mengeksistensikan diri sendiri ( upload foto dan video ), dari 100 responden FISIP 76.5 %, F.Teknik 70.6%,F.Psikologi 64.7%, F.Sastra 62.5%, F.Ekonomi 81.3%, dan F.Hukum 82.4%.

Sedangkan analisis pemilihan media sosial berdasarkan media yang digunakan dengan alasan media sosial menawarkan *game online* menegaskan bahwa pengguna facebook lebih banyak memilih alasan ini dengan persentase 65.2%, twitter 31.4%, dan pengguna media sosial lainnya 36.8%. Alasan selanjutnya bahwa media sosial memberikan hiburan yang berbeda dengan media lainnya seperti TV dan radio, diperoleh data bahwa pengguna facebook 82.6%, twitter 57.1% dan pengguna media sosial lain 73.7% memberikan jawaban setuju dengan alasan tersebut. Dan untuk alasan bahwa dengan media sosial dapat mengeksistensikan diri ( upload foto dan video) mendapatkan jawaban ya atau setuju masing – masing dari pengguna facebook sebesar 84.8%, pengguna twitter 65.7% dan pengguna lainnya 63.2%.

### Motivasi Identitas Personal (Membina Hubungan Sosial)

Analisis berdasarkan jenis kelamin dengan alasan bahwa media sosial menghubungkan dan meningkatkan interaksi dengan orang – orang terdekat mendapat jawaban “YA” dari responden pria sebesar 83,3 % dari 42 responden

dan wanita 86,2 % dari total 58. Sedangkan untuk alasan bahwa media sosial tersebut untuk memperoleh teman –teman baru mendapatkan kecenderungan responden tidak melakukan hal itu, dengan persentase yang menjawab “TIDAK” dari responden pria 64,3 % dan responden wanita 46,6%. Dan untuk alasan bahwa media sosial untuk berbagi cerita atau *Sharing* memperoleh persentase jawaban setuju dari responden pria 52,4 % dan responden wanita 81,0 %.

Analisis berdasarkan Fakultas dengan alasan bahwa media sosial menghubungkan dan meningkatkan interaksi dengan orang – orang terdekat mendapat jawaban “YA” dari FISIP 94.1%, F.Teknik 82.4%, F. Psikologi 76.5%, F.Sastra 81.3%, F.Ekonomi 93.8% dan F. hukum 82.4%. Sedangkan untuk alasan bahwa media sosial tersebut untuk memperoleh teman – teman baru mendapatkan kecenderungan responden tidak melakukan hal itu, dengan persentase yang menjawab “TIDAK” dari responden FISIP 35.3%, F.Teknik 41.2%,F.Psikologi 64.7%, F.Sastra dan F.Ekonomi 56.3% dan F.Hukum 70.6%. Dan untuk alasan bahwa media sosial untuk berbagi cerita atau *Sharing* memperoleh persentase jawaban setuju dari responden di 6 fakultas, setiap fakultas FISIP 12 responden (70.6%), F. Teknik 13 (76.5%), F. Psikologi 8 (47.1%), F.Sastra 10 (62.5%), F. Ekonomi 12 (75.0%), F.Hukum 14 (82.4%).

Analisis berdasarkan Media sosial yang digunakan dengan alasan bahwa media sosial menghubungkan dan meningkatkan interaksi dengan orang – orang terdekat mendapat respon 40 (87.0%) pengguna facebook, 28 (80.0%) pengguna Twitter dan 17 (89.5%) pengguna media sosial lainnya.. sedangkan untuk alasan bahwa media sosial tersebut untuk memperoleh teman –teman baru mendapatkan kecenderungan responden tidak melakukan hal itu, dengan persentase yang menjawab “TIDAK” pengguna facebook, 20 (43.5%), Twitter 22 (62.9%), dan pengguna media sosial lainnya 13 (68.4%). Dan untuk alasan bahwa media sosial untuk berbagi cerita atau *Sharing* memperoleh persentase jawaban setuju dari responden 32 (69.6%) pengguna facebook, 26 (74.3%) pengguna Twitter dan 11 (57.9%) pengguna media sosial lainnya.

### **Motivasi Orientasi Kognitif (Pengetahuan)**

Berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa alasan menggunakan sosial media tersebut untuk mendapatkan informasi secara cepat dan actual, responden cenderung setuju dengan presentase ( 57,1% ) dari total 42 responden pria dan (62,1% ) dari total 58 responden wanita. Sedangkan alasan media sosial tersebut untuk sarana berdiskusi dengan teman-teman di grup yang saya ikuti. Responden cenderung tidak setuju dengan persentase (61,9% ) responden pria dan (41,4% ) responden wanita. Dan alasan menggunakan media sosial tersebut untuk sarana mengirim tugas maupun data-data yang berkaitan dengan kuliah keteman-teman. Responden juga belum memanfaatkannya secara maksimal, hal ini di tegaskan dengan persentase responden (61,9% ) responden pria dan (58,6%) dari responden wanita yang belum memanfaatkan media sosial untuk mengirim tugas atau data kuliah.

Berdasarkan Fakultas dapat diketahui bahwa alasan menggunakan sosial media tersebut untuk mendapatkan informasi secara cepat dan actual, responden cenderung setuju dengan FISIP 10 responden (58.8%), F. Teknik 12 (70.6%), F. Psikologi 12 (70.6%), F.Sastra 9 (56.3%), F. Ekonomi 5 (31.3%), F.Hukum 12 (70.6%).. Sedangkan alasan media sosial tersebut untuk sarana berdiskusi dengan teman-teman di grup yang saya ikuti. Responden cenderung tidak setuju dengan persentase FISIP 9 (52.9%), F.Teknik 7 (41.2%), F.Psikologi 12 (70.6%), F.Sastra 9 (56.3%), F. Ekonomi 11 (68.8%), F.Hukum 12 ( 70.6%). Dengan jumlah persentase tersebut menegaskan bahwa adanya fitur grup pada media sosial belum dimanfaatkan sepe-nuhnya oleh mahasiswa untuk sarana berdiskusi. Dan alasan menggunakan media sosial tersebut untuk sarana mengirim tugas maupun data-data yang berkaitan dengan kuliah keteman-teman. Responden juga belum memanfaatkannya secara maksimal, hal ini di tegaskan dengan FISIP 11(64.7%), F.Teknik 5 (29.4%), F. Psikologi 15 (88.2%), F.Sastra 10 (62.5%), F.Ekonomi 10 (62.5%) dan F.Hukum 10 (58.8%) yang belum memanfaatkan media sosial untuk mengirim tugas atau data kuliah.

Berdasarkan media sosial yang digunakan dapat diketahui bahwa alasan menggunakan sosial media tersebut untuk mendapatkan

informasi secara cepat dan actual, responden cenderung setuju dengan presentase 32 (69.6%) pengguna facebook, 26 (74.3%) pengguna Twitter dan 11 (57.9%) pengguna media sosial lainnya.. Sedangkan alasan media sosial tersebut untuk sarana berdiskusi dengan teman-teman di grup yang saya ikuti. Responden memiliki jawaban yang seimbang baik itu pengguna facebook, twitter dan pengguna lainnya dengan persentase memilih jawaban “YA” sebesar 26 (43.5%) pengguna Facebook, 25 (71.4%) pengguna twitter, 9 (47.4%) pengguna media sosial lainnya. Dan sisanya, responden memilih jawaban “TIDAK” sebesar 20 (43.5%) pengguna Face-book, 10 (28.6%) pengguna Twitter dan 10 (52.6%) pengguna media sosial lainnya. Dan alasan menggunakan media sosial tersebut untuk sarana mengirim tugas maupun data-data yang berkaitan dengan kuliah keteman-teman. Responden juga belum memanfaatkannya secara maksimal dengan media sosialnya , hal ini di tegaskan dengan pengguna facebook 20 (43.5%), pengguna Twitter 27 (77.1%) dan pengguna media sosial lain 14 (73.7%).

## KESIMPULAN

*Uses and Gratification Theory* mengemukakan bahwa orang-orang berbeda dapat menggunakan pesan komunikasi massa yang sama untuk berbagai tujuan yang berbeda.

Sesuai dengan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, telah di peroleh jawaban dari permasalahan tentang analisis pemilihan media sosial di kalangan mahasiswa. Hiburan yang ditawarkan oleh media sosial memiliki daya tarik tersendiri oleh para penggunanya. Banyaknya fitur-fitur yang ditawarkan menjadikan para pengguna memilih media sosial untuk menda-patkan hiburan yang sesuai dengan kebutuhan. Informasi Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia, Mencari bim-bingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan, Mememuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, Belajar, pendidikan diri sendiri. Sedangkan motivasi tegritas dan interaksi social Memperoleh pengetahuan tentang keadaan

orang lain; empati social, Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa me-miliki, Menemukan bahan percakapan dan in-teraksi sosial, Memperoleh teman, Membantu menjalankan peran sosial, Memungkinkan se-seorang untuk dapat menghubungi sanak-kelu-arga, teman, dan masyarakat

Tidak bisa dipungkiri dengan adanya per-kembangan baru teknologi yang menyuguhkan khalayak dengan banyaknya pilihan media, analisa motivasi dan kepuasan menjadi komponen yang paling krusial dalam penelitian khalayak (Ruggiero, 2000).

## DAFTAR PUSTAKA

- Aridianto, Elvinaro dan Lukiati komala. (2007). *Komunikasi Massa revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama media.
- Bungin, Burhan. ( 2006 ). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta :Kencana Prenada Media Group
- Effendy, Onong Uchjana. (2000 dan 2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- <http://tithagalz.wordpress.com/2011/03/27/pengertian-pengumpulan-data/> (Diakses 15 Desember 2014 )
- [http://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial) (Diakses 15 Desember 2014)
- <http://sugikshare.blogspot.com/2013/10/sejarah-sosial-media-dan-perkembangan.html> (akses 17 Desember 2014 )
- Mulyana, Deddy,( 2002). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.Bandung: Remaja Rosdakarya,.
- Nurudin, 2004. *Komunikasi Massa*. Malang : CESPUR
- Nurudin, (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunika*s. Bandung: PT Citra Aditya
- Rakhmat, Jalaluddin. (1984 dan 2001).*Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya,.
- Rogers, Everett M. (2006). *Communications Technologie*, The Free Press Collier Mc Millan Publishing, London.
- Sendja, Wied, Ganes, Zaldy & Teguh Santosa. *Komunikasi dan Budaya*. Jakarta: Jurnal UI, 2001.