

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PROSES SOSIO-  
EDUKASI EMPAT MAHASISWA PENDIDIKAN  
SOSIOLOGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**



Liza Novirdayani Noor

4815116334

Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi sebagai Satu Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

**JURUSAN SOSIOLOGI**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2015**

## ABSTRAK

**Liza Novirdayani Noor.** Peran Media Sosial dalam Proses Sosio-Edukasi Empat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2015.

Skripsi ini membahas mengenai peran media sosial dalam sosio edukasi di kalangan empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ dalam membentuk ketiga aspek pembelajaran yakni aspek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan psikomotorik (keterampilan). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana fungsi media sosial dalam meningkatkan *stock of knowledge* (pengetahuan), lalu menjelaskan bagaimana fungsi media sosial dalam pembentukan sikap mental mahasiswa, dan juga menjelaskan bagaimana fungsi media sosial dalam membangun keterampilan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada suatu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Dengan mengambil 4 orang informan yang berasal dari 4 orang mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Penelitian berlokasi di Kampus A UNJ. Triangulasi data penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara kepada bapak Nukman Luthfie, beliau merupakan Ahli Media Sosial Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosio edukasi penggunaan media sosial di kalangan empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ dapat membentuk tiga aspek pembelajaran, yakni aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik. Keberhasilan pengembangan aspek kognitif, juga akan berdampak positif terhadap perkembangan aspek psikomotorik. Kecakapan psikomotorik merupakan manifestasi wawasan pengetahuan dan kesadaran serta sikap mentalnya. Ketiga aspek yang terbentuk dalam penggunaan media sosial empat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ didapat dari pola penggunaan yang berbeda, yaitu pertama, penggunaan media sosial sebagai sarana pergaulan. Kedua, penggunaan media sosial sebagai sarana yang dapat menunjang akademik. Akademik tersebut maksudnya sebagai media pembelajaran yang membantu dalam memperoleh terkait informasi-informasi perkuliahan. Ketiga, penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis online. Keempat, penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mengikuti suatu gerakan sosial dimana media sosial yang bersifat online data berperan untuk menciptakan sebuah gerakan sosial yang terjadi di dunia nyata.

**Kata Kunci: Media Sosial, Sosio Edukasi, Pengetahuan**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab, Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta

Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP. 19630412 199403 1 002

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Ketua Sidang	.....	.....
2.	<u>Dra. Rosita Adiani, MA</u> NIP. 19600813 198703 2 001 Sekretaris Sidang	.....	.....
3.	<u>Ubedillah Badrun, M.Si</u> NIP. 19720315 200912 1 001 Penguji Ahli	.....	.....
4.	<u>Yuanita Aprilandini, M.Si</u> NIP. 19800417 201012 2 001 Dosen Pembimbing I	.....	.....
5.	<u>Dr. Eman Surachman, MM</u> NIP. 19521204 197404 1 001 Dosen Pembimbing II	.....	.....

## MOTTO

*Man Jadda Wajada*

*(Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil)*

*Man Shabara Zafira*

*(Siapa yang bersabar akan beruntung)*

“Jangan risaukan penderitaan hari ini, jalani saja dan lihatlah apa yang akan terjadi di depan. Karena yang kita tuju bukan sekarang, tapi ada yang lebih besar dan prinsipil, yaitu menjadi manusia yang telah menemukan misinya dalam hidup.”

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat rahmat dan anugerah-Nya yang tak terhingga kepada peneliti dan tidak lupa juga kedua orang tua peneliti atas dukungannya sampai saat ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi-nya yang berjudul *“Peran Media Sosial dalam Sosio-Edukasi di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Universitas Negeri Jakarta (Studi Kasus pada Empat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ)”*

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat akademik dalam mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyelesaiannya peneliti memperoleh banyak masukan baik saran maupun kritik, bantuan, semangat, serta doa dari Dosen Pembimbing dan rekan-rekan peneliti. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Muhammad Zid, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Robertus Robert, MA selaku Ketua Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Rusfadia Saktiyanti, M. Si selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Abdi Rahmat, M. Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.
5. Yuanita Aprilandini, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar dalam memberikan bimbingan, kritik, maupun saran serta memberikan dorongan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Eman Surachman, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran dan bimbingannya dalam proses perbaikan penulisan

skripsi peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dan tersusun secara lebih baik.

7. Segenap dosen dan staff pengajar Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang nantinya dapat diamankan dengan baik oleh peneliti.
8. Narasumber-narasumber peneliti yang mau memberikan waktunya untuk diwawancara: Celia, Desi, Khairan, Iko. Dan bapak Nukman Luthfie, selaku pakar media sosial Indonesia yang sudah mau memberikan waktunya dan mengundang peneliti berkunjung ke rumahnya. Sukses selalu untuk kalian semua.
9. Untuk Geng Slimmy (Hanif, Nashr, Olly, Zulhan) yang selalu memberikan canda tawa segar serta dukungan disertai *bully-an* sehingga rasanya beban perasaan berat jadi seakan menjadi ringan dan kadang jadi terlupakan. Enti dan Nunu, teman berbagi cerita suka dan duka baik tentang kehidupan percintaan maupun kehidupan akademik: skripsi oh skripsi. Ringkan Awaludya, yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti untuk terus semangat pantang menyerah gak boleh putus asa dan selalu mengingatkan untuk terus berpikir positif.
10. Seluruh teman-teman PSNR 2011, 48 pejuang yang sudah melewati waktu bersama peneliti di kelas Pendidikan Sosiologi Non-Reguler angkatan 2011 selama kurang lebih 4.5 tahun. See you on top, guys! Sukses selalu dan semangat terus buat kalian semua, 48 pejuang PSNR 2011! Teman sekelas yang selalu nempatin tempat duduk kosong di kelas buat peneliti yang datang ke kampus suka telat dan sudah lulus duluan 4 tahun, Anggi Armelia Putri. Nevia Aliza, teman dekat dan seperjuangan selama kurang lebih 2 tahun, saling *men-support* dalam proses pengerjaan skripsi, membuat deadline berdua biar bisa saling produktif demi skripsi masing-masing sehingga bisa daftar seminar barengan dan lulus sama-sama.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Skripsi ini tentunya masih memiliki kekurangan, baik dalam segi isi maupun penulisan. Untuk itu, segala masukan dan kritikan senantiasa peneliti terima dengan tangan terbuka dan lapang dada. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, dan juga dapat membantu pengembangan penelitian sejenis berikutnya.

Jakarta, Desember 2015

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR SKEMA .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3.Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2. Signifikansi Penelitian .....	10
1.4.Tinjauan Pustaka .....	11
1.5.Kerangka Konsep .....	17
1.5.1. Media Sosial.....	17
1.5.1.1. Media Sosial sebagai Gerakan Berbasis Komunitas.....	19
1.5.1.2. Media Sosial sebagai Media Pembelajaran.....	21
1.5.2. Pola Sosio-Edukasi dalam Penggunaan Media Sosial.....	23
1.5.2.1. Aspek Pengetahuan (Kognitif).....	25
1.5.2.2. Aspek Sikap (Afektif).....	28
1.5.2.3. Aspek Keterampilan (Psikomotorik) .....	29
1.5.3. Motif-motif Penggunaan Media Sosial.....	30
1.5.4. Hubungan Antar Konsep.....	32
1.6.Metodologi Penelitian .....	34
1.6.1. Pendekatan Penelitian .....	34
1.6.2. Subjek Penelitian .....	37



1.6.3. Peran Peneliti .....	38
1.6.4. Lokasi Penelitian.....	39
1.6.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1.6.6. Triangulasi Data.....	40
1.7.Sistematika Penulisan.....	41
<b>BAB II POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN SOSIOLOGI UNJ .....</b>	<b>44</b>
2.1. Pengantar .....	44
2.2. Media Sosial sebagai Sarana Pergaulan .....	45
2.3. Media Sosial sebagai Sarana Penunjang Akademik.....	54
2.4. Media Sosial sebagai Sarana Bisnis Online .....	62
2.5. Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Berbasis Komunitas .....	66
<b>BAB III PEMBENTUKAN PENGETAHUAN, SIKAP, DAN KETERAMPILAN MELALUI MEDIA SOSIAL .....</b>	<b>74</b>
3.1. Pengantar .....	74
3.2. Konstruksi Aspek Pengetahuan melalui Media Sosial.....	75
3.3. Konstruksi Aspek Sikap melalui Media Sosial .....	85
3.4. Konstruksi Aspek Keterampilan melalui Media Sosial.....	88
<b>BAB IV PERAN MEDIA SOSIAL DALAM SOSIO EDUKASI DI KALANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN SOSIOLOGI UNJ .....</b>	<b>95</b>
4.1. Pengantar .....	95
4.2. Pola Sosio Edukasi Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ .....	95
4.3. Fungsi Media Sosial dalam Membentuk Aspek Taksonomi Bloom .....	104
4.3.1. Fungsi Media Sosial dalam Pembentukan Aspek Pengetahuan (Kognitif) .....	105
4.3.1. Fungsi Media Sosial dalam Pembentukan Aspek Perasaan (Afektif).....	107
4.3.1. Fungsi Media Sosial dalam Pembentukan Aspek Keterampilan (Psikomotorik) .....	110
4.4. Pendapat Ahli Media Sosial Indonesia (Triangulasi Data) .....	112
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>114</b>
5.1. Kesimpulan.....	114
5.2. Saran .....	118

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>123</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>149</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 Tinjauan Pustaka Sejenis.....	16
TABEL 2 Karakteristik Informan Utama .....	38
TABEL 3 Motif dan Bentuk Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Sosiologi UNJ .....	73
TABEL 4 Dampak Penggunaan Media Sosial dalam Bidang Edukasi.....	93

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Statistik Pengguna Internet Januari 2014 .....	2
GAMBAR 2 Statistik Pengguna Internet Januari 2015 .....	3
GAMBAR 3 Statistik Penggunaan Media Sosial Januari 2015 .....	5
GAMBAR 4 Tabel Motivasi dalam Menggunakan Situs Jejaring Sosial.....	7
GAMBAR 5 Tampilan Akun Instagram .....	49
GAMBAR 6 Tampilan Akun Media Sosial Path.....	50
GAMBAR 7 Tampilan Inbox Yahoo.....	60
GAMBAR 8 Tampilan Grup Facebook .....	60
GAMBAR 9 Tampilan Instagram Online Shop.....	62
GAMBAR 10 Tampilan Fanpage Facebook Online Shop .....	63
GAMBAR 11 Tampilan Akun Path.....	67
GAMBAR 12 Tampilan Akun Path.....	68

## DAFTAR SKEMA

SKEMA 1 Kerangka Konseptual Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Sosiologi UNJ .....	32
SKEMA 2 Peningkatan Pengetahuan melalui Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Sosiologi UNJ .....	83
SKEMA 3 Pola Penggunaan Media Sosial berdasarkan Kebutuhan Individual.....	97
SKEMA 4 Gambaran Penggunaan Media Sosial .....	100

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

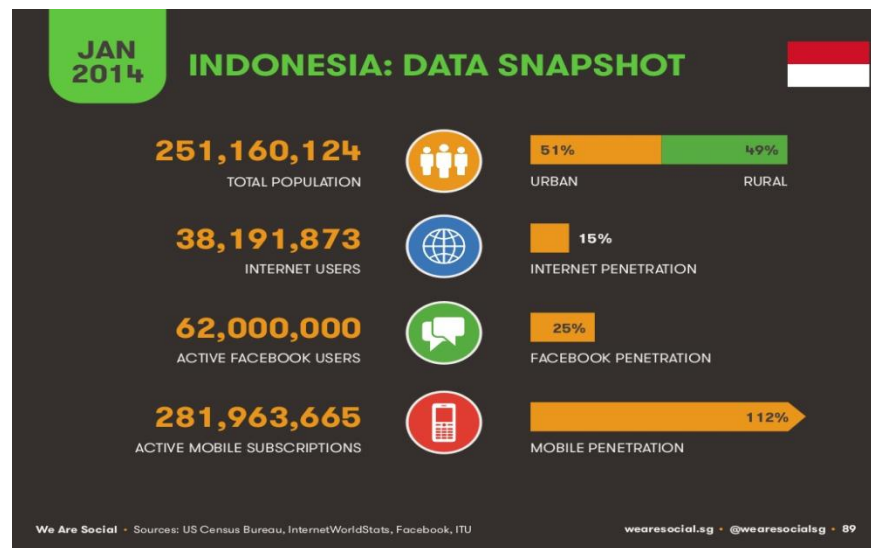
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern seperti saat ini semakin canggih, sehingga dalam kehidupan sehari-hari manusia seakan tidak bisa terlepas dari teknologi tersebut. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih itupun maka bentuk, pola dan peralatan komunikasi juga mengalami perubahan. Komunikasi tidak lagi hanya dilakukan secara personal (komunikasi yang hanya melibatkan dua orang saja) secara tatap muka, namun sudah dilakukan lewat kelompok dan komunikasi massa.

Teknologi informasi dan komunikasi yang paling banyak orang gunakan saat ini yaitu internet. Dengan menggunakan internet, maka semua pengguna di seluruh dunia dapat menghasilkan suatu gagasan inovasi yang pada akhirnya dapat mendorong suatu perkembangan media komunikasi. Media komunikasi yang berkembang didalam internet itulah yang disebut dengan “Media Baru” (*New Media*), yaitu yang biasa kita kenal dengan sebutan Media Sosial (*Social Media*).

Melalui media baru itulah media sosial diperkenalkan. Media sosial menjadi sebuah media yang penting karena kehadirannya membuat perubahan

besar dalam penyampaian pesan. Komunikasi yang sering dilakukan saat ini lebih sering dilakukan melalui internet, yaitu melalui media sosial. Kehadiran media sosial melalui internet tidak lepas dari peran *Computer Mediated Communication* (CMC) sebagai bentuk komunikasi yang mendukung. CMC menurut A.F. Wood dan M.J. Smith adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan internet. CMC mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk atau diubah melalui pertukaran informasi menggunakan media komputer.<sup>1</sup>

**Gambar 1.1.**  
**Statistik Pengguna Internet Januari 2014**



Sumber: *WeAreSocial Singapore*, 10 Januari 2014<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Andrew F.Wood & Matthew J.Smith, *Online Communication*, (London: Lawrence Associates Publishers, 2005), hal. 4

<sup>2</sup> Statistik Pengguna Internet, tersedia di <http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/> diakses pada tanggal 16 Februari 2015 pukul 16:00 WIB

**Gambar 1.2.**  
**Statistik Pengguna Internet Januari 2015**



Sumber: *WeAreSocial Singapore*, 22 Januari 2015<sup>3</sup>

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat total populasi pada tahun 2014 sebanyak 251 juta penduduk dan di tahun 2015 total populasi mengalami peningkatan menjadi 255 juta penduduk. Dari data di atas juga dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 pengguna internet mencapai 38 juta user dan mengalami peningkatan hampir 2 kali lipat di tahun 2015 sebanyak 72 juta. Lalu pada tahun 2014 yang aktif akun media sosial sebanyak 62 juta pengguna dan mengalami peningkatan pada tahun 2015 sebanyak 72 juta pengguna. Kemudian koneksi *mobile* yang aktif berlangganan internet

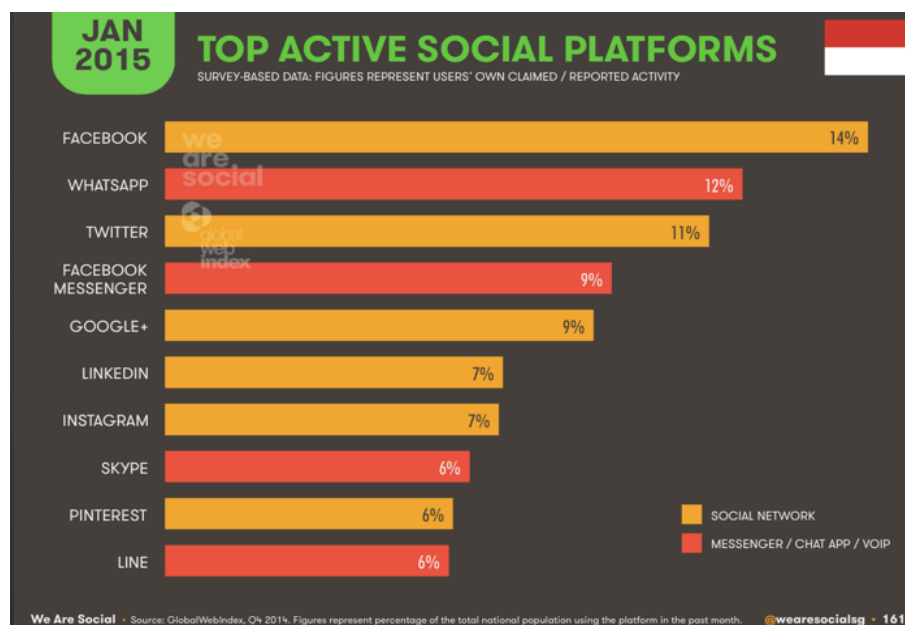
<sup>3</sup> Statistik Pengguna Internet, tersedia di <http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/> diakses pada tanggal 16 Februari 2015 pukul 16:00 WIB



mencapai 281 juta pada tahun 2014, dan juga mengalami peningkatan pada tahun 2015 menjadi sebanyak 308 juta. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa penduduk saat ini sudah sadar akan teknologi dan kebutuhan akan layanan internet. Semakin pintarnya sebuah telepon genggam yang saat ini dikenal dengan sebutan *smartphone* maka akan semakin baik layanan mobile internet di dalamnya. Hal itulah yang membuat *smartphone* dan layanan internet menjadi bagian dari sebuah kebutuhan. Dengan adanya layanan internet yang semakin baik di dalam telepon genggam, maka orang-orang pun bisa dengan mudah dan cepat mengakses situs media sosial-nya dimana saja dan kapan saja.

Saat ini perkembangan media sosial yang digunakan tidak hanya semata-mata untuk mendapatkan suatu informasi dari yang penting sampai informasi yang tidak penting, ataupun yang hanya sekedar berkomunikasi dengan pengguna media sosial lain di berbagai belahan dunia. Namun juga dapat digunakan di dalam berbagai bidang kehidupan, baik dalam bidang politik seperti membentuk gerakan sosial melalui media sosial, bidang pendidikan seperti membantu dalam menunjang hal-hal yang berkaitan dengan akademik seperti media pembelajaran, dan juga di dalam bidang ekonomi seperti kegiatan pemasaran dengan menggunakan fasilitas internet.

**Gambar 1.3.**  
**Statistik Penggunaan Media Sosial Januari 2015**



Sumber: *WeAreSocial Singapore*, 22 Januari 2015<sup>4</sup>

Berdasarkan gambar di atas, dapat dibedakan garis berwarna oranye menandakan penggunaan media sosial dan merah menandakan menggunakan media sosial personal atau biasa dikenal dengan aplikasi chat. Hasil statistik tersebut mengungkapkan bahwa Facebook masih menjadi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dapat dilihat bahwa *top active social platform* pertama adalah Facebook dengan persentase 14%. Kemudian Twitter dengan 11%, hampir seluruh pengguna internet juga menggunakan twitter.

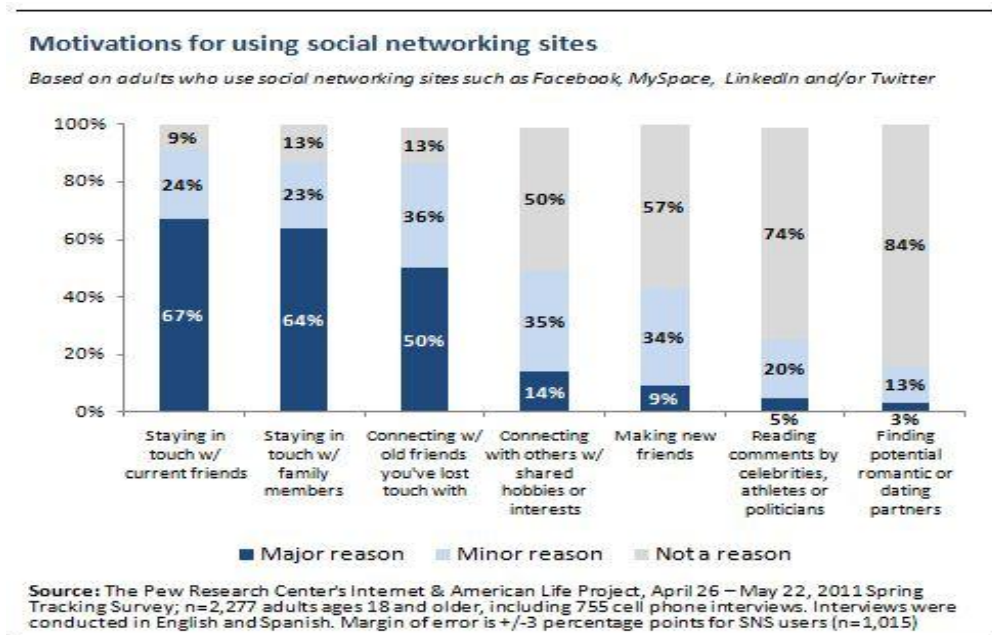
<sup>4</sup>Statistik Pengguna Internet, tersedia di <http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/> diakses pada tanggal 16 Februari 2015 pukul 11:32 WIB

Lalu Google+ dengan persentase 9%, LinkedIn dan Instagram dengan persentase sama-sama 7%, terakhir pinterest dengan persentase 6%. Instagram dan Pinterest sama-sama merupakan media sosial untuk berbagi foto, namun di Indonesia Pinterest kurang populer karena pengguna media sosial di Indonesia lebih memilih aktif berbagi foto di media sosial Instagram. Aplikasi chat merupakan media sosial yang bersifat pribadi dan biasanya dijadikan pengganti sms untuk berkomunikasi. Dalam *top active social platform* diatas, WhatsApp menjadi aplikasi *chat* yang paling digemari penduduk tanah air dengan persentase 12%. Kemudian aplikasi chat yang suka digunakan setelah WhatsApp adalah Facebook Messenger dengan persentase 9%, lalu Skype dan Line dengan persentase 6%. Skype tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan namun dapat digunakan juga untuk *voice call* dan *video call*. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memang bisa dibilang cukup tinggi di Negara Indonesia.

Media sosial yang telah dipaparkan di atas merupakan bentuk-bentuk dari CMC yang disediakan dalam internet, di mana program-program tersebut dapat menjadi media yang membantu seseorang untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui komputer atau *gadget (smartphone, tablet)* yang telah dihubungkan dengan jaringan internet. Selain itu, media sosial tersebut merupakan beberapa bentuk media baru yang muncul beberapa tahun terakhir. Situs-situs ini memungkinkan penggunaanya untuk berbagi beragam informasi, berbentuk teks, gambar, audio, dan video.

Gambar 1.4.

Tabel Motivasi dalam Menggunakan Situs Jejaring Sosial



Sumber: Pew Research Internet Project, 15 November 2011<sup>5</sup>

Berdasarkan diagram tabel di atas dapat dilihat bahwa media sosial banyak memiliki kegunaan, seperti yang sudah sebelumnya dijelaskan. Selain itu menurut riset lain yang dilakukan *Pew Research Internet Project* mendapatkan data motivasi seseorang menggunakan media sosial sebagian besar digunakan untuk, tetap berhubungan dengan teman saat ini (*stay in touch with current friends*) 67%, berhubungan dengan anggota keluarga (*stay in touch with family members*) 64%, berhubungan dengan teman lama

<sup>5</sup> <http://www.pewinternet.org/2011/11/15/why-americans-use-social-media/> di akses pada 1 Januari 2015, pukul 19.00 WIB

(*reconnect with old friend*) 50%, berhubungan dengan mereka yang memiliki hobi (*connect with those who share hobbies*) 14%, menjalin pertemanan dengan orang baru (*making new friends*) 9%, membaca opini yang ditulis oleh seleb, atlet, atau anggota politik (*reading comments by celebrities, athletes, or politicians*) 5%, menemukan pasangan (*find a mate*) 3%.

Begitupun juga dengan motivasi Mahasiswa Sosiologi UNJ dalam menggunakan media sosial, mereka tentunya memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai kegunaan akun media sosial mereka masing-masing. Dengan adanya akun-akun media sosial (Facebook, Twitter, Instagram dan Path) yang hadir pada saat ini, tidak lepas memberikan dampak-dampak yang ditimbulkan oleh akun-akun ini kepada para penggunanya, baik bagi diri sendiri maupun untuk kehidupan sosialnya, dampak tersebut bisa berupa dampak positif dan dampak negatif yang diperoleh dari penggunaan sosial media ini. Dalam penggunaan CMC, apabila komunikasi yang dilakukan oleh para pengguna media sosial dalam *Computer Mediated Communication* ini dapat dikatakan sebagai pengganti komunikasi secara tatap muka (*face to face communication*), CMC memiliki keuntungan bagi seseorang yang memiliki kecemasan dalam berkomunikasi.

## **1.2.Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas telah dipaparkan oleh penulis sebelumnya mengenai perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini yang mendorong suatu perkembangan media komunikasi.

Dari perkembangan media komunikasi tersebutlah, lahir suatu inovasi terbaru yang berbentuk media baru yaitu media sosial. Penggunaan media sosial pada saat ini dikalangan masyarakat saat tinggi, tidak ketinggalan rata-rata mahasiswa saat ini hampir semuanya memiliki media sosial. Karena mungkin peran media sosial dalam kehidupan mereka, baik di kampus maupun di luar kampus sangat membantu dalam kebutuhannya masing-masing mahasiswa.

Penggunaan media sosial memiliki bentuk dan motivasi yang berbeda-beda dari tiap penggunanya tergantung kebutuhannya. Hal ini dikarenakan kebutuhan individual, seperti kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi dan kebutuhan sosial tiap individu yang berbeda-beda. Berdasarkan kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka penggunaan media sosial juga dapat memiliki peran sosio-edukasi di dalamnya.

Berdasarkan penjelasan permasalahan di atas, maka pertanyaan yang diajukan untuk rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana fungsi media sosial dalam meningkatkan pengetahuan (*stock of knowledge*) mahasiswa?
- 2) Bagaimana fungsi media sosial dalam pembentukan sikap mental mahasiswa?
- 3) Bagaimana fungsi media sosial dalam membangun keterampilan mahasiswa?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan permasalahan di atas, maka peneliti akan merumuskan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Tujuan penelitian berisikan pernyataan tentang yang ingin diketahui peneliti. Tujuan penelitian yakni untuk:

1. Menjelaskan fungsi media sosial dalam meningkatkan pengetahuan (*stock of knowledge*) mahasiswa
2. Menjelaskan fungsi media sosial dalam pembentukan sikap mental mahasiswa
3. Menjelaskan fungsi media sosial dalam membangun keterampilan mahasiswa

### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

Dilihat dari signifikansi atau manfaatnya, terdapat dua manfaat baik yang dilihat secara akademis maupun secara praktis. Manfaat secara akademis adalah dapat memperkaya kajian sosiologis mengenai penggunaan media sosial yang ditinjau dari konsep sosio-edukasi. Kemudian fungsi media sosial dalam meningkatkan pengetahuan (*stock of knowledge*) di kalangan mahasiswa. Hal ini dilihat dari pembentukan aspek kognitif, afektif, serta psikomotorik yang didapat dari penggunaan media sosial.

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat, karena pada awalnya kebanyakan orang menganggap media sosial merupakan situs yang hanya membuang waktu saja, namun jika waktu menggunakan media sosial tersebut digunakan secara

efisien dan efektif dan tujuannya positif maka akan mendapatkan suatu keuntungan dan juga manfaat yang bisa didapat dari penggunaan media sosial tersebut, seperti dalam bidang ekonomi, mahasiswa dapat menciptakan sebuah bisnis online dengan menggunakan media sosialnya maka mereka akan mendapatkan keuntungan dan juga bermanfaat bagi dirinya seperti menambah uang saku. Kemudian mereka juga bisa mendapatkan info-info penting seputar akademik melalui media sosial.

#### **1.4. Tinjauan Pustaka**

Pembicaraan seputar media sosial memang semakin menarik untuk diperbincangkan bagi khalayak ramai. Karena selain memang media sosial saat ini sudah merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari. Media sosial-pun menawarkan berbagai kemudahan dalam menyampaikan informasi, baik informasi yang bersifat umum ataupun materi perkuliahan yang di *sharing* melalui media sosial, dan juga saat ini banyak digunakan sebagai alat bisnis karena dapat dengan mudah mempromosikan bisnisnya dengan mudah dan efisien di dalam media sosial itu sendiri.

Mengacu pada tema yang diangkat dalam penelitiannya, peneliti ingin mencoba melihat dengan merujuk kepada beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan penelitian lain. Hal tersebut, bertujuan agar penelitian ini dilakukan tidak sama dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba mengkaji kembali sekaligus membandingkan dengan sebuah penelitian lain yang sama halnya mengenai media sosial.



Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Agung Graha Pratama.<sup>6</sup> Dalam penelitiannya, Agung mengemukakan bahwa kehadiran Twitter memberikan efek yang positif bagi para pelaku bisnis yang memanfaatkan jaringan sosial Twitter untuk meningkatkan penetrasi bisnisnya dan meningkatkan jumlah pelanggannya. Kedua pelaku bisnis ini menggunakan media promosi melalui media sosial agar dengan mudah menarik minat dan berkomunikasi langsung dengan pelanggannya yang kebanyakan anak-anak muda.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Dhika Kusuma Winata.<sup>7</sup> Dalam penelitiannya, Dhika menunjukkan mengenai *cyberspace* yang dimanfaatkan oleh anggota MKP (Milis Komunitas Papua) dengan tujuan politis. Hal ini memperlihatkan bahwa praktik penggunaan *cyberspace* oleh MKP memiliki kompleksitasnya tersendiri. Berdasarkan riset-riset tersebut setidaknya dapat disimpulkan bahwa *cyberspace* menyajikan ruang sosial bagi para partisipan untuk dapat menyalurkan pandangan, pendapat serta opini mereka. Dan juga kasus tersebut menunjukkan bahwa dalam lingkup *cybercommunity* tak hanya berlangsung interaksi yang sederhana atau remeh temeh, tetapi juga dapat ditelusuri praktek komunikatif yang lebih kompleks.

---

<sup>6</sup> Agung Graha Pratama, *Twitter dan Representasi Kelas Sosial Masyarakat Jaringan (Studi Kasus Pelaku Bisnis Distro Bloop Endorse dan Warung Steak Holycow)*, (Skripsi S1 Sosiologi, Universitas Negeri Jakarta 2013), tidak dipublikasikan.

<sup>7</sup> Dhika Kusuma Winata, *Konstruksi Identitas Perlawanan Papua Terhadap Indonesia dalam Ruang Publik Siber (Studi Analisis Wacana Komunitas Siber Papua)*, (Skripsi S1 Sosiologi, Universitas Negeri Jakarta 2013), tidak dipublikasikan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Falahah dan Dewi Rosmala.<sup>8</sup> Dalam penelitiannya, Falahah dan Dewi Rosmala menuliskan mengenai penggunaan media sosial di lingkungan pendidikan tinggi, terutama di kalangan dosen dan mahasiswa, dan menganalisis dampak ke dalam aktivitas belajar-mengajar. Penelitian ini dilakukan di tiga perguruan tinggi swasta yang akrab dengan kegiatan media sosial dan difokuskan pada empat jenis kegiatan penggunaan media sosial yaitu facebook, microblogging, instant messaging, dan blogging.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Reynol Junco, seorang mahasiswa *Lock Haven University*.<sup>9</sup> Dalam penelitiannya, Junco menuliskan bahwa saat ini pendidik banyak yang tertarik terhadap penggunaan media sosial di dalam perguruan tinggi. Fokus media sosial yang diteliti adalah Facebook. Junco dalam penelitiannya ingin meneliti mengenai hubungan antara frekuensi penggunaan Facebook, tingkat partisipasi dalam aktivitas di Facebook, serta bagaimana keterlibatan siswa di dalamnya. Hasil penelitiannya menuliskan bahwa penggunaan Facebook ternyata tidak mengganggu hasil akademik mahasiswa, namun dapat menguntungkan mahasiswa.

---

<sup>8</sup> Falahah dan Dewi Rosmala, *Study of Social Networking Usage in Higher Education Environment*, (Jurnal online Elsevier Ltd, 2012 ), dapat diakses di [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com).

<sup>9</sup> Reynol Junco, *The Relationship Between Frequency of Facebook use, Participation in Facebook Activities, and Student Engagement*, (Jurnal online Elsevier Ltd, 2011), dapat diakses di [www.elsevier.com/locate/compedu](http://www.elsevier.com/locate/compedu)

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Hadewijch dan Pieter, keduanya merupakan seorang mahasiswa *Ghent University*.<sup>10</sup> Dalam penelitiannya Hadewijch dan Pieter menuliskan mengenai konsep penggunaan media sosial saat ini yang dapat diintegrasikan ke dalam aspek pendidikan. Penggunaan media sosial dapat membantu meningkatkan kompetensi afektif, kognitif, dan psikomotorik melalui pertukaran atau distribusi informasi dan komunikasi serta membuat isi untuk di bagikan di dalam media sosial.

Berdasarkan kelima penelitian di atas, persamaan yang paling mendasar yaitu tema yang sama mengenai penggunaan media sosial. Namun dari kelima penelitian tersebut, terdapat perbedaan-perbedaan tertentu. Begitupun juga dengan penelitian yang nanti-nya akan peneliti lakukan. Perbedaan dengan skripsi yang peneliti akan lakukan adalah peneliti akan fokus pada empat pola penggunaan media sosial yang terdapat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ, dari ke empat pola tersebut akan dilihat bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi ketiga aspek pemikiran yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek psikomotorik. Serta bagaimana sosio-edukasi dari penggunaan media sosial di ranah pendidikan tinggi. Dalam penelitian ini yang studi kasusnya terdapat pada mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ.

---

<sup>10</sup> Hadewijch Vanwynsberg and Pieter Verdegam, *Integrating Social Media in Education*, (Jurnal CLCWeb: Comparative Literature and Culture Vol 15. Purdue University Press, 2013), dapat diakses di [docs.lib.purdue.edu/clcweb.vol15/iss3](http://docs.lib.purdue.edu/clcweb.vol15/iss3)

**Tabel 1.1.**  
**Tinjauan Pustaka Sejenis**

<b>Penelitian Sejenis</b>	<b>Jenis Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
<b>Agung Graha Pratama</b> Twitter dan Representasi Kelas Sosial Masyarakat Jaringan (Studi Kasus Pelaku Bisnis Distro Bloop Endorse dan Warung Steak Holycow)	Skripsi UNJ	Media sosial sebagai media bisnis online.	Agung menjelaskan penggunaan media sosial untuk menarik pelanggan. Penulis fokus kepada sosio edukasi yang terjadi dalam penggunaan media sosial, tidak hanya dalam ranah pendidikan tetapi juga bisnis online.
<b>Dhika K. Winata</b> Konstruksi Identitas Perlawanan Papua Terhadap Indonesia dalam Ruang Publik Siber (Studi Analisis Wacana Komunitas Siber Papua)	Skripsi UNJ	Penggunaan media sosial sebagai ruang publik yang menyalurkan opini ataupun pendapat melalui komunitas virtual.	Dhika menjelaskan penggunaan media sosial sebagai ruang publik OPM dalam mengkritik pemerintah pusat RI dan tidak tergambar pola sosio edukasi di dalamnya. Penulis menjelaskan pola sosio edukasi dalam pembentukan gerakan sosial di dalam media sosial.
<b>Falahah dan Dewi Rosmala</b> <i>Study of Social Networking Usage in Higher Education Environment</i>	Jurnal	Penggunaan media sosial di dalam pendidikan tinggi	Falahah dan Dewi menganalisis mengenai penggunaan media sosial di lingkungan pendidikan tinggi dan dampak ke dalam aktivitas belajar-mengajar. Penulis menganalisis mengenai penggunaan media sosial dapat berfungsi dalam peningkatan pengetahuan.
<b>Reynol Junco</b> <i>The Relationship Between Frequency of Facebook use, Participation in Facebook Activities, and Student Engagement</i>	Jurnal	Aktivitas penggunaan media sosial.	Reynol menjelaskan hubungan penggunaan media sosial dengan keterlibatan mahasiswa. Penulis menjelaskan peningkatan pengetahuan yang diperoleh dari penggunaan media sosial.
<b>Hadewijch Vanwynsberghe</b>	Jurnal	Penggunaan media sosial	Hadewijch dan Pieter menjelaskan mengenai

<p><b>dan Pieter Verdegem</b> <i>Integrating Social Media in Education</i></p>		<p>dalam pendidikan tinggi.</p>	<p>terintegrasinya media sosial dalam dunia pendidikan. Penulis menjelaskan penggunaan media sosial terintegrasi tidak hanya dalam aspek pendidikan, juga ke dalam aspek ekonomi dan politik.</p>
--	--	---------------------------------	---

Sumber: Berdasarkan Penelitian Sejenis, 2015

## 1.5.Kerangka Konseptual

### 1.5.1. Media Sosial

Media baru atau *New Media* disebut juga media digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro.<sup>11</sup> Untuk dapat disebut media baru, media tersebut setidaknya memiliki unsur informasi, komunikasi, dan teknologi. Media sosial memiliki ketiga unsur tersebut, media sosial dapat memberikan suatu informasi dengan cepat sehingga pengguna yang lain dapat menyebarkan kembali informasi tersebut. Media sosial dapat menciptakan komunikasi dengan pengguna lainnya sehingga ada suatu respon yang didapat.

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*

<sup>11</sup> Terry Flew, *New Media: An Introduction (3<sup>rd</sup> Edition)*, (South Melbourne: Oxford University Press, 2008), hal. 2-3

*penciptaan dan pertukaran user-generated content*". Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut:<sup>12</sup>

- Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
- Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Berkomunikasi dengan menggunakan perantara internet telah menjadi tren masyarakat dewasa ini, komunikasi ini biasa disebut dengan *Computer Mediated Communication (CMC)*. Menurut Wood dan Smith, CMC adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan internet.<sup>13</sup> Jadi CMC didefinisikan sebagai komunikasi antara dua orang atau lebih yang dimediasikan oleh komputer. Berdasarkan ciri-ciri media sosial yang disebutkan diatas bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya ke satu orang saja, namun ke berbagai banyak orang. Hal ini sesuai dengan karakteristik yang ada di CMC, yaitu sebagai berikut: (1) Pesan yang diproduksi secara massal disalurkan secara massal pula. Khalayak yang berperan sebagai konsumen secara aktif juga dapat memproduksi pesan; (2) CMC

---

<sup>12</sup> Andreas M. Kaplan & Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, (Business Horizons 53, 2010), hal. 59–68.

<sup>13</sup> Andrew F. Wood & Matthew J. Smith, *Online Communication*, (London: Lawrence Associates Publishers, 2005), hal. 4

memungkinkan pihak yang memproduksi pesan mendapat pengetahuan tentang penerima-penerima pesan; (3) CMC menandai proses *de-massified*, merupakan sebuah pesan khusus dapat dikirim di antara individu yang berada dalam khalayak besar. Pola ini menunjukkan adanya perbedaan CMC dengan media massa. Proses ini menunjukkan bahwa *control system* komunikasi massa berpindah dari yang memproduksi pesan ke konsumen media.<sup>14</sup>

Hadirnya internet dan program-program yang digunakan untuk berkomunikasi inilah yang membuat CMC serta komunikasi terus berkembang dengan berbagai bentuk yang bervariasi. Salah satu cara individu berhubungan satu sama lain adalah melalui media sosial. Media sosial 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 waktu-berbeda tempat.<sup>15</sup>

#### **1.5.1.1. Media Sosial sebagai Gerakan Sosial**

Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa dapat membangun sebuah gerakan sosial yang di dalamnya terdapat suatu interaksi kuat yang terbangun dari media sosial hingga ke dalam gerakan sosial yang terdapat di dunia nyata, dan berkomunikasi di media sosial merupakan salah satu bentuk

---

<sup>14</sup> Kevin B. Wright & M. Webb Lynne, *Computer-Mediated Communication In Personal Relationship*, (New York: Peter Lang Publishing, 2011), hal. 122

<sup>15</sup> Adams B. Bodomo, *Computer Mediated Communication For Linguistics and Literacy: Technology and Natural Language Education*, (Informasi Science Reference, 2010), hal. 316

dari *computer-mediated communication*. Jary dan Jary mendefinisikan gerakan sosial sebagai: “*any broad social alliance of people who are associated in seeking to effect or to block an aspect of social change within a society*” –suatu aliansi sosial sejumlah besar orang yang berserikat untuk mendorong ataupun menghambat suatu segi perubahan sosial dalam suatu masyarakat.<sup>16</sup>

Kelompok-kelompok yang terorganisir tersebut biasanya akan membentuk sebuah komunitas dan berinteraksi satu sama lain di dalamnya. Terbentuknya komunitas-komunitas online dalam masyarakat perkotaan merupakan contoh dari fenomena pergeseran makna sosial dalam kehidupan masyarakat modern. Melalui media internet interaksi sosial dapat terjadi dimana saja, kapan saja, dengan siapa saja tanpa harus bertatap muka secara langsung. Komunitas ini sudah jamak bagi masyarakat perkotaan. Jika dicermati, komunitas-komunitas ini terbentuk berdasarkan kesamaan minat para anggotanya.

Durkheim menjelaskan, bahwa komunitas itu bisa terbentuk dari adanya kesadaran kolektif di antara anggota komunitas, sehingga ia akan menciptakan semacam ikatan kepercayaan yang hanya dimiliki oleh para anggota komunitas itu sendiri. Kesadaran kolektif ini salah satunya nilai-nilai yang berlaku secara tradisional dalam masyarakat. Durkheim menyebutnya sebagai ‘*mechanical solidarity*’. Dalam tipe ini individu menjadi homogen

---

<sup>16</sup> Kamanto Sunarto. *Pengantar Sosiologi*. (Jakarta: FEUI, 2000), hal 195



atau sama dan merupakan bagian dari kolektivitas sehingga menjadi apa yang disebut sebagai “*collective being*”; yang tentu saja kondisi ini mengaburkan keunikan masing-masing individu.<sup>17</sup>

Sebelum hadirnya *New Media* yang berbentuk media sosial, kebanyakan gerakan sosial dilakukan di dunia nyata. Para aktivis bertemu untuk membahas dan mengkoordinasikan aksi mereka, hingga menggalang aksinya di ruang ruang nyata. Namun, seiring perkembangan teknologi komunikasi, para aktivis dimungkinkan untuk tidak bertatap muka secara langsung dengan sesamanya untuk mengkoordinasikan aksinya. Internet sebagai salah satu bentuk *new media* kemudian menjadi alternatif.

#### **1.5.1.2. Media Sosial sebagai Media Pembelajaran**

Pada saat proses pembelajaran di dalam perkuliahan, mahasiswa diharuskan untuk lebih aktif dalam mencari bahan berupa materi untuk kuliah, seperti jurnal dan literature. Mahasiswa tidak hanya berperan menjadi komunikan atau penerima pesan, namun juga dituntut untuk bisa menjadi komunikator di dalam kelas atau penyampai pesan. Jadi tidak hanya dosen yang akan berperan aktif menjadi komunikator, namun mahasiswa-nya juga. Komunikasi yang terjadi dalam situasi seperti ini merupakan komunikasi dua orang (*two way traffic communication*) bahkan komunikasi banyak arah (*multi way traffic communication*).

---

<sup>17</sup> Rulli Nasrullah. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), hal 150

Media dalam pengertiannya berasal dari kata latin yang merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*” yang secara harfiah kata tersebut mempunyai arti perantara atau pengantar. Perantara yang dimaksud adalah sebagai perantara sumber pesan dengan penerima pesan. Disamping sebagai sistem pengantar atau penyampai, media menurut Fleming dalam Arsyad adalah “penyebab atau alat untuk turut campur tangan dalam dua pihak dan mendamaikannya.”<sup>18</sup> Menggunakan istilah mediator, media difungsikan sebagai sarana untuk mengatur hubungan yang efektif antara dua pihak. Dua pihak tersebut dalam proses pembelajaran yakni antara siswa dan isi pembelajaran.

Briggs dalam Sri Anitah menjelaskan bahwa “media merupakan peralatan fisik yang digunakan untuk menyempurnakan isi pembelajaran.”<sup>19</sup> Peralatan fisik yang dimaksud seperti buku, slide, buku ajar tape recorder, dll. Pengertian lainnya adalah menurut Heinich dalam Rudi Susilana dan Cepi Riyana. Heinich menjelaskan bahwa “media adalah sebagai alat saluran komunikasi.”<sup>20</sup> Heinich dalam hal ini mencontohkan televisi, radio, foto, rekaman audio, radio, dan sejenisnya.

Proses pembelajaran dengan memanfaatkan internet dapat membuat mahasiswa berperan sebagai seorang peneliti, atau menjadi seorang analis, dan bukan sebatas menjadi konsumen informasi saja. Mahasiswa bisa

---

<sup>18</sup> Azhar Arsyad. *Media Pembelajaran*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), hal. 3

<sup>19</sup> Ibid, hal 4

<sup>20</sup> Rudi Susilana dan Cepi Riyana, *Media Pembelajaran*, (Bandung: CV Wacana Prima, 2007), hal. 6

menganalisis informasi yang relevan dengan materi kuliah yang akan atau sedang dikaji, serta melakukan eksplorasi data atau informasi yang sesuai dengan realita kehidupan. Melalui pemanfaatan internet dan juga media sosial, mahasiswa juga dapat belajar bersama (*collaborative*) dengan temannya, saling berkirim *e-mail* saat mendiskusikan bahan ajar, bahkan sampai bekerja sama mengerjakan tugas-tugas mata kuliah serta mungkin juga bekerjasama dalam menjawab soal-soal essay yang berkaitan dengan mata kuliah tertentu.<sup>21</sup>

### **1.5.2. Pola Sosio-Edukasi dalam Penggunaan Media Sosial**

Menurut George Simmel menyebutkan bahwa sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang khusus, yaitu satu-satunya ilmu pengetahuan analitis yang abstrak di antara semua ilmu pengetahuan kemasyarakatan. Sosio didasarkan untuk meneliti kemajuan-kemajuan manusia. Salah satunya dalam menghadapi perkembangan arus teknologi dan terhadap kemajuan informasi saat ini. Edukasi merupakan suatu usaha untuk memberikan seseorang informasi atau untuk melatih seseorang untuk melakukan usaha..<sup>22</sup> Menurut Brookover, *socio of education* merupakan suatu analisis terhadap proses-proses sosiologis yang berlangsung dalam lembaga pendidikan sebagai suatu

---

<sup>21</sup> E. Surachman, *Bahan Ajar Pendekatan dan Strategi Pembelajaran*, (Jakarta, 2013), hal. 30

<sup>22</sup> Siswoyo D, *Ilmu Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Press, 2007), hal. 18

unit tersendiri. Ia kemudian mengategorikan mengenai ruang lingkup *socio of education* yaitu 1) analisis pendidikan sebagai proses perkembangan masyarakat, 2) proses pendidikan sebagai proses sosialisasi, 3) peran pendidikan di tengah-tengah masyarakat, 4) pola interaksi sosial dan hubungan antara sistem pendidikan dengan proses sosial serta perubahan kebudayaan yang terjadi di dalam masyarakat.<sup>23</sup>

Penulis melihat bahwa terdapat unsur sosio-edukasi di dalam penggunaan media sosial empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ, dimana dalam empat kategori yang dijelaskan oleh Brookover yang paling sesuai dengan penelitian ini yaitu pada poin keempat dimana sosio edukasi merupakan sebuah pola interaksi sosial dan hubungan antara sistem pendidikan dengan proses sosial serta perubahan kebudayaan yang terjadi di dalam masyarakat. Media sosial merupakan suatu produk budaya modern saat ini yang hadir karena pengaruh globalisasi serta modernisasi yang terjadi di dalam masyarakat dewasa ini. Media sosial mampu membuat pola interaksi sosial saat ini berkembang dari yang tadinya interaksi terjadi saat tatap muka (interaksi langsung), namun media sosial menjadi media perantara sehingga dalam berinteraksi saat ini tidak mengharuskan untuk bertatap muka (*face-to-face*). Pola interaksi sosial dan pola hubungan sistem pendidikan yang dimaksud inilah dimana media sosial selain menjadi media perantara untuk berinteraksi, juga mempengaruhi sistem pendidikan dan proses sosial saat ini

---

<sup>23</sup> MD. Kamsono, *Pengantar Sosiologi Pendidikan*, (Serang: FKIP UNTIRTA, 2004), hal. 7

karena media sosial mampu membantu peserta didik dalam menunjang proses akademik dengan memberikan informasi-informasi yang mempengaruhi proses pembelajaran mereka dan masuk kedalam aspek kognitif, aspek afektif, dan juga aspek psikomotorik.

Tidak hanya itu, penggunaan media sosial pun dapat meningkatkan kumpulan pengetahuan (*stock of knowledge*) yang diperoleh mahasiswa. Karena semakin banyak informasi yang diterima oleh mahasiswa itu sendiri, maka akan berkembang pula kumpulan pengetahuan yang diterimanya. Di dalam penelitian ini yang dimaksud dengan sosio-edukasi dalam penggunaan media sosial tersebut yaitu akan mengacu pada Taksonomi Bloom yang dibagi menjadi beberapa aspek yaitu aspek pengetahuan (kognitif), pembentukan sikap (afektif), dan keterampilan (psikomotorik).

#### **1.5.2.1. Aspek Pengetahuan (Kognitif)**

Pengetahuan adalah peristiwa yang terjadi dalam diri manusia. Maka, tanpa ingin meremehkan peran penting dari objek pengetahuan, manusia sebagai subjek pengetahuan memegang peranan penting. Keterarahan manusia terhadap objek jadinya merupakan faktor yang sangat menentukan bagi munculnya pengetahuan manusia.<sup>24</sup> Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*overt behavior*).

---

<sup>24</sup> A. Sonny Keraf dan Mikhael Dua, *Ilmu Pengetahuan: Sebuah Tinjauan Filosofis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hal. 20

Pengetahuan adalah keseluruhan pemikiran, gagasan, ide, konsep, dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, terutama manusia dan kehidupannya. Sedangkan ilmu pengetahuan adalah keseluruhan sistem pengetahuan manusia yang telah dibakukan secara sistematis. Ini berarti pengetahuan lebih spontan sifatnya, sedangkan ilmu pengetahuan lebih sistematis dan reflektif. Dengan demikian, pengetahuan jauh lebih luas daripada ilmu pengetahuan karena pengetahuan mencakup segala sesuatu yang diketahui manusia tanpa perlu berarti telah dibakukan secara sistematis. Pengetahuan mencakup penalaran, penjelasan dan pemahaman manusia tentang segala sesuatu. Juga mencakup praktek atau kemampuan teknis dalam memecahkan berbagai persoalan hidup yang belum dibakukan secara sistematis dan metodis.<sup>25</sup>

Menurut Jujun S. Suriasumantri, “pengetahuan pada hakikatnya merupakan segenap apa yang kita ketahui tentang suatu objek termasuk ke dalamnya adalah ilmu.”<sup>26</sup> Lebih lanjut Jujun S. Suriasumantri mengungkapkan terdapat dua cara yang pokok bagi manusia untuk mendapatkan pengetahuan yang benar. Yang pertama adalah mendasarkan diri pada rasio dan yang kedua mendasarkan diri kepada pengalaman.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hal 22

<sup>26</sup> Jujun S. Suriasumantri, *Filsafat Ilmu sebuah Pengantar Populer*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993), hal. 104

<sup>27</sup> *Ibid.*, hal. 50

Menurut Bloom yang dikutip oleh Sri Rusmini dkk, pengetahuan disama artikan dengan aspek kognitif. Secara garis besar aspek kognitif dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>28</sup>

- a. Mengetahui, yaitu mengenali hal-hal yang umum dan khusus, mengenali kembali metode dan proses, mengenali kembali pada struktur dan perangkat.
- b. Mengerti, dapat diartikan sebagai memahami.
- c. Mengaplikasikan, merupakan kemampuan menggunakan abstrak di dalam situasi konkrit.
- d. Menganalisis, yaitu menjabarkan sesuatu ke dalam unsur bagian-bagian atau komponen sederhana atau hirarki yang dinyatakan dalam suatu komunikasi.
- e. Mensintesis, merupakan kemampuan untuk menyatukan unsur-unsur atau bagian-bagian sedemikian rupa sehingga membentuk suatu kesatuan yang utuh.
- f. Mengevaluasi, yaitu kemampuan untuk menetapkan nilai atau harga dari suatu bahan dan metode komunikasi untuk tujuan-tujuan tertentu.

Peningkatan pengetahuan tidak mutlak diperoleh di pendidikan formal, akan tetapi juga dapat diperoleh pada pendidikan non formal. Pengetahuan

---

<sup>28</sup> Sri Rusmini dkk, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Press, 1995), hal. 47

seorang tentang sesuatu obyek juga mengandung dua aspek yaitu aspek kognitif dan negatif. Kedua aspek inilah yang akhirnya akan menentukan sikap seseorang terhadap objek tertentu. Semakin banyak aspek positif dari obyek yang diketahui, akan menumbuhkan sikap makin positif terhadap obyek tersebut.

Mahasiswa saat ini dituntut untuk tetap kritis terhadap berbagai macam teori dan pengetahuan ilmiah yang diperolehnya baik di ruang kuliah maupun dari berbagai sumber yang dapat diperolehnya. Ini sangat penting karena seorang mahasiswa dicirikan terutama oleh sikap kritisnya, sikap tidak mudah percaya, sikap tidak mau menerima begitu saja berbagai teori, pendapat, pandangan dari mana saja, termasuk pandangan dan pendapatnya sendiri. Sikap ini harus dikembangkan terus menjadi sebuah cara hidup.

#### **1.5.2.2. Aspek Sikap Mental (Afektif)**

Aspek afektif merupakan kemampuan mengutamakan perasaan, emosi, dan reaksi-reaksi yang berbeda dengan penalaran.<sup>29</sup> Kawasan afektif yaitu kawasan yang berkaitan dengan aspek-aspek emosional, seperti perasaan, minat, sikap, kepatuhan terhadap moral dan sebagainya. Pembagian ranah afektif dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>30</sup>

- a. Penerimaan, yaitu kesediaan untuk menyadari adanya suatu fenomena di lingkungannya yang dalam pengajaran bentuknya

---

<sup>29</sup> Dimiyati dan Mudjiono, *Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hal. 298

<sup>30</sup> W.S. Winkel, *Psikologi Pengajaran*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1999), hal. 152-153



berupa mendapatkan perhatian, mempertahankannya, dan mengarahkannya.

- b. Partisipasi, yaitu kesediaan untuk mematuhi aturan dan berpartisipasi dalam suatu kegiatan.
- c. Penilaian atau penentuan sikap, yaitu kemampuan untuk memberikan penilaian terhadap sesuatu dan membentuk suatu sikap, menerima dan menolak.
- d. Organisasi, yaitu kemampuan untuk membentuk suatu sistem nilai sebagai pedoman dan pegangan dalam kehidupan.
- e. Pembentukan pola hidup, yaitu kemampuan untuk menghayati nilai kehidupan, sehingga menjadi pegangan hidup dalam mengatur kehidupan.

### **1.5.2.3. Aspek Keterampilan (Psikomotorik)**

Aspek psikomotor kebanyakan dihubungkan dengan pendidikan fisik dan atletik, tetapi banyak subjek lain yang berhubungan dengan gerakan dan keterampilan motorik. Pembagian ranah afektif dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>31</sup>

- a. Persepsi, yaitu kemampuan untuk menggunakan isyarat-isyarat sensoris dalam memandu aktivitas motorik.

---

<sup>31</sup> W.S. Winkel, *Psikologi Pengajaran*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1987), hal. 153-154

- b. Kesiapan, yaitu kemampuan untuk menempatkan dirinya baik kesiapan fisik, mental, dan emosional untuk melakukan gerakan.
- c. Gerakan terbimbing, yaitu melakukan suatu gerakan sesuai dengan contoh (imitasi).
- d. Gerakan yang terbiasa, yaitu kemampuan melakukan gerakan tanpa memperhatikan contoh karena sudah terlatih.
- e. Gerakan yang kompleks, yaitu kemampuan melakukan gerakan atau keterampilan yang terdiri dari banyak tahap dengan lancar, tepat, dan efisien.
- f. Penyesuaian pola gerakan, yaitu kemampuan untuk mengadakan perubahan, jadi keterampilan yang sudah berkembang sehingga dapat disesuaikan dalam berbagai situasi.
- g. Kreativitas, yaitu kemampuan untuk melahirkan pola keterampilan baru atas dasar inisiatif sendiri.

### **1.5.3. Motif-motif Penggunaan Media Sosial**

Sosio edukasi dalam penggunaan media sosial pada awalnya dibentuk dari motivasi pengguna-nya dalam menggunakan media sosial di kesehariannya. Motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat.<sup>32</sup> Franken mendefinisikan motivasi sebagai

---

<sup>32</sup> Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya (analisis di bidang pendidikan)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hal. 3

proses-proses internal yang menginisiasi, mempertahankan, mengarahkan, dan menghentikan aktivitas manusia.<sup>33</sup> Menurut Weiten, *motives* merupakan kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), minat (*interests*), dan hasrat (*desires*) yang mendorong seseorang ke arah tertentu.<sup>34</sup>

Berdasarkan konsep *uses and gratification* (kegunaan dan kepuasan) oleh Elihu Katz dan Herbert Blumer memiliki asumsi dasar bahwa pengguna media memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut.<sup>35</sup> Maka pembagian motif penggunaan media berdasarkan konsep *uses and gratification* dilihat berdasarkan kebutuhan masyarakat, dimana terdapat lima kategorisasinya yakni sebagai berikut:<sup>36</sup>

1. *Cognitive needs* (Kebutuhan Kognitif)

Adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.

2. *Affective needs* (Kebutuhan Afektif)

Adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

3. *Personal integrative needs* (Kebutuhan pribadi secara integratif)

---

<sup>33</sup> R.E. Franken, *Human Motivation*, (USA: Thomson/Wadworth, 2007)

<sup>34</sup> W. Weiten, *Psychology: Themes & Variations*, (California: Wadsworth, 2011)

<sup>35</sup> Jalaludin Rakhma, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hal .65

<sup>36</sup> Uchjana Onong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal. 294

Adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.

4. *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif)

Adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

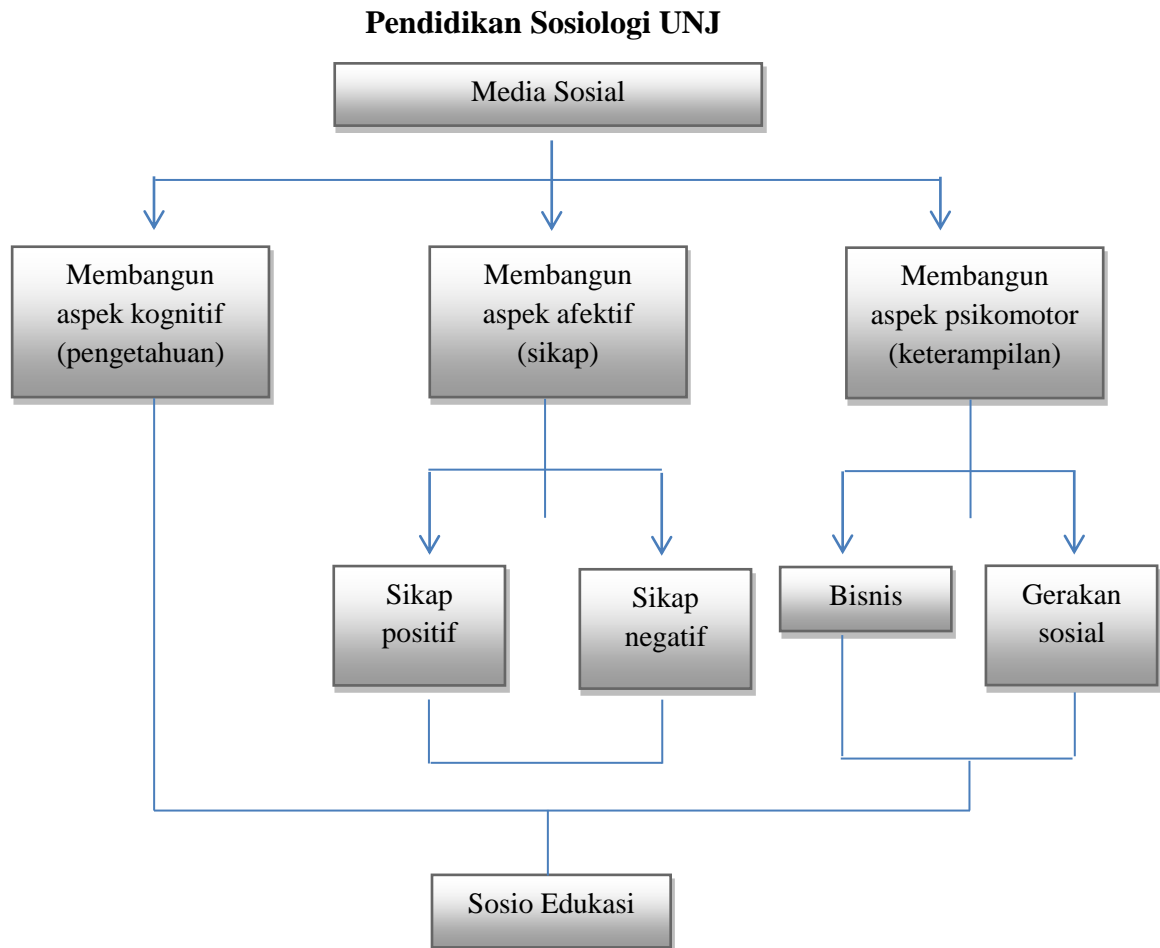
5. *Escapist needs* (kebutuhan Pelepasan)

Adalah kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, kelepasan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan

## 1.5. Hubungan Antar Konsep

Skema 1.1.

### Kerangka Konseptual Penggunaan Media Sosial Empat Mahasiswa



Sumber: Kerangka Berpikir Peneliti, 2015

Berdasarkan skema 1.1, dapat dijelaskan bahwa penggunaan media sosial di kalangan Mahasiswa Jurusan Sosiologi UNJ pada umumnya memiliki bentuk serta motivasi dalam menggunakan media sosial secara berbeda-beda sesuai kebutuhan masing-masing individu-nya. Namun hal yang

dapat dilihat secara kesamaannya, mahasiswa yang menggunakan media sosial tersebut merupakan konsumen informasi yang setiap harinya membutuhkan informasi-informasi untuk kepentingan pribadi masing-masing, baik kepentingan yang bersifat pribadi maupun kepentingan akademik.

Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media baru seperti beragamnya media sosial yang hadir saat ini seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Youtube, dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya, media sosial membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi-informasi itulah yang akan memberikan suatu bentuk pembelajaran baru bagi terbentuknya nalar dan pemikiran mahasiswa.

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal seperti melalui media sosial dapat memberikan pengaruh jangka pendek (*immediate impact*) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia bermacam-macam media sosial yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Hal ini tidak terlepas dari pembelajaran yang bisa didapat melalui media sosial atau bisa disebut sosio-edukasi dalam penggunaan media sosial. Namun tidak hanya mempengaruhi aspek pengetahuan saja namun mencakup aspek sikap, serta keterampilan yang diraih mahasiswa dari penggunaan media sosial.

## 1.6. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu pengetahuan.<sup>37</sup> Metode penelitian menunjukkan prosedur dan proses suatu penelitian dikerjakan untuk dapat memperoleh suatu hasil yang objektif. Dengan adanya metode penelitian maka suatu penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan teratur. Dalam hal ini metode penelitian dipergunakan untuk menuntun peneliti dalam rangka melakukan penelitian mengenai pola-pola penggunaan media sosial di kalangan Mahasiswa Sosiologi UNJ agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan teratur sehingga diperoleh hasil penelitian yang objektif.

### 1.6.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian dalam dunia social dapat membantu manusia memahami fenomena yang terjadi disekitarnya. Cresswell membagi pendekatan penelitian menjadi dua yaitu kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena peneliti berupaya untuk mendapatkan pemahaman mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Menurut Cresswell pendekatan kualitatif adalah *this study is defined as inquiry process of understanding a social or human problem, based on building a complex, holistic picture, formed with words reporting detailed views of informan, and conducted in a natural*

---

<sup>37</sup> Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Universitas Indonesia UI-Press, 1991), hal. 122

*setting*<sup>38</sup>. Berdasarkan pendapat Creswell tersebut, pendekatan kualitatif dapat dikatakan sebagai suatu proses pemahaman akan suatu permasalahan manusia atau sosial berdasarkan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah.

Denzin & Lincoln memaparkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang memperhatikan penggunaan berbagai metode, dan melibatkan pendekatan yang interpretif atau naturalistik terhadap subyek yang diteliti. Artinya adalah bahwa peneliti kualitatif mempelajari hal-hal pada setting yang alami, sembari berusaha untuk memahami atau menginterpretasi fenomena dalam kaitannya dengan bagaimana fenomena bersangkutan dimaknai oleh orang-orang.

Peneliti kualitatif mempelajari beragam materi empirik –studi kasus, pengalaman pribadi, introspektif, cerita hidup, observasi, dokumen historis, interaksi, dan teks visual—yang mendeskripsikan momen-momen rutin dan problematis serta makna dalam kehidupan individual.<sup>39</sup> Penelitian dengan judul “*Peran Media Sosial dalam Proses Sosio-Edukasi Empat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta*”, dilakukan dengan metode penelitian kualitatif studi kasus. Penelitian ini memusatkan diri secara intensif

---

<sup>38</sup> John W. Creswell, *Research Design Qualitative and Quantitative Approach*, (California: Sage Publication, 1994), hal. 1

<sup>39</sup> Guba, E. G., & Lincoln, Y.S, *Competing Paradigms in Qualitative Research*. In N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research*, (London: Sage, 1994), hal. 105-117



pada suatu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain data dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber.<sup>40</sup> Metode tersebut digunakan dengan tujuan agar peneliti dapat memperoleh informasi yang secara mendalam dan akurat terkait dengan fenomena sosial di masyarakat.

Internet tidak hanya dilihat sebagai salah satu jaringan tertentu tetapi sebagai fenomena umum interkoneksi teknologi berbasis pengetahuan jaringan dan sistem sosial jaringan.<sup>41</sup> Jan van Dijk melihat bahwa jaringan individual sebagai fenomena bahwa individu lebih banyak menghabiskan waktu sendiri ditemani oleh teknologi, seperti transportasi atau alat komunikasi dan mereka lebih menyukai menjadi orang secara online. Karena menurut mereka menjadi pribadi secara online mungkin dapat sepenuhnya menjadi sosial dan kenal banyak orang dan menjadi sedikit mengetahui tentang orang yang dikenal. Oleh karena itu, pada dasarnya sifat individual merupakan karakteristik yang melekat pada zaman modern saat ini.<sup>42</sup>

### **1.6.2. Subjek Penelitian**

---

<sup>40</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: UGM Press, 2003), hal. 1

<sup>41</sup> Christian Fuchs, *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*, (New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2008), hal 2

<sup>42</sup> *Ibid.*, hal. 305-306

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta yang mempunyai akun media sosial. Subjek penelitian yang terpilih ini ditujukan sebagai data primer untuk mendapatkan data yang lebih mendalam dan akurat. Informan yang dipilih dalam penelitian kualitatif harus memiliki informasi yang cukup mengenai fenomena yang akan diteliti sehingga peneliti dapat memahami mengenai fenomena yang terjadi berkaitan dengan objek penelitian. Neuman menjelaskan bahwa narasumber yang baik memiliki karakteristik tertentu yakni seorang narasumber itu harus mengenal dengan baik kebudayaan dan merupakan saksi mata terhadap kejadian yang terjadi, narasumber merupakan pihak yang terlibat langsung di lapangan, narasumber tersebut dapat menghabiskan waktu bersama dengan peneliti, dan narasumber tidak bersifat analitis. Berikut tabel karakteristik informan penelitian:<sup>43</sup>

**Tabel 1.2.**  
**Karakteristik Informan Utama**

No.	Nama	Peran	Target Informasi
1.	Desi (Pendidikan	Mahasiswa yang menggunakan media	Memperoleh informasi tentang media sosial sebagai sarana

<sup>43</sup> William Lawrence Neuman, *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*, 4<sup>th</sup> Edition, (USA: Allyn & Bacon, 2000), hal. 394-395

	Sosiologi 2011)	sosial sebagai sarana pergaulan/aktualisasi diri. (seperti: <i>selfie</i> , pacaran, <i>stalking</i> .)	pergaulan.
2.	Khairan (Pendidikan Sosiologi 2011)	Mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai sarana penunjang kegiatan akademik di kampus.	Memperoleh informasi tentang bagaimana media sosial dapat berguna sebagai penunjang kegiatan akademik di kampus.
3.	Celia (Pendidikan Sosiologi 2011)	Mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai bisnis <i>online shop</i> .	Memperoleh informasi tentang bagaimana media sosial dapat menjadi sarana berbisnis, sehingga saat ini banyak muncul beragam <i>online-shop</i> di media soSial.
4.	Iko (Pendidikan Sosiologi 2012)	Mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membentuk atau juga mengikuti gerakan berbasis komunitas.	Memperoleh informasi tentang bagaimana media sosial dapat menjadi sarana dalam membentuk sebuah gerakan sosial berbasis komunitas.

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2015

### 1.6.3. Peran Peneliti

Peneliti di dalam penelitian ini dapat dikategorikan menjadi *participant as observer*. Seperti yang disebutkan oleh Cresswell bahwa peran peneliti dalam kualitatif adalah sebagai instrumen utama. Dalam hal ini, peneliti kualitatif merupakan alat utama dalam mengumpulkan data dan analisis data serta peneliti kualitatif harus terjun langsung ke lapangan ketika melakukan observasi partisipasi di lapangan.

Posisi peneliti juga sebagai pengguna media sosial yang membuat peneliti dapat ikut melihat fenomena-fenomena yang terjadi di dalam media sosial itu sendiri, dapat melihat apa saja yang dilakukan kebanyakan orang dengan akun-akun media sosial mereka.

#### **1.6.4. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kampus A Universitas Negeri Jakarta, tepatnya di Gedung K Fakultas Ilmu Sosial, Rawamangun, Jakarta Timur. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Februari 2015. Adapun yang menjadi sumber penelitian adalah:

- a. Mahasiswa jurusan Sosiologi yang masih aktif menggunakan media sosial, dengan motif-motif penggunaan media sosial yang berbeda-beda.
- b. Informasi akan dilengkapi dengan dokumen-dokumen yang terkait seperti internet, maupun dari buku-buku mengenai *Computer Mediated Communication* (CMC), Media Sosial, serta Sosio-Edukasi.

#### **1.6.5. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti pada awal pengumpulan data sudah terlebih dahulu menjadi pengguna aktif media sosial hingga paham masing-masing dari media sosial itu sendiri sudah memiliki spesialis dan kegunaannya masing-masing. Setelah itu peneliti mencoba untuk melakukan wawancara kepada sesama Mahasiswa jurusan Sosiologi UNJ yang juga merupakan pengguna aktif media sosial. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa informan juga sudah paham betul

seputar kegiatan media sosial yang biasa digunakan mereka sehari-hari dan jawaban yang diutarakan valid.

Pengumpulan data primer diperoleh selama berlangsungnya observasi partisipan (*participant observation*) melalui wawancara. Kegiatan wawancara dilakukan secara mendalam hal ini dimaksudkan agar data yang di perlukan tidak bias dan valid. Untuk data-data sekunder peneliti peroleh melalui data statistik, literatur, laporan penelitian, buku-buku bacaan, dan lain-lain. Data sekunder tersebut berfungsi sebagai pendukung dan pelengkap dari data-data primer yang dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam.

#### **1.6.6. Triangulasi Data**

Triangulasi merupakan teknik pengujian keabsahan yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi merupakan cara untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dalam rangka triangulasi, penelitian ini dilakukan dengan sumber di mana menurut Patton sebagaimana yang dikutip oleh Moleong, “triangulasi ini berfungsi mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.”<sup>44</sup> Dengan kata lain bahwa

---

<sup>44</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 330-331

dengan triangulasi data, peneliti dapat melakukan *check and recheck* pada hasil data yang ditemukan. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan cara: mengajukan berbagai pertanyaan mengenai media sosial dan melakukan pengecekan dengan berbagai macam sumber data. Pada penelitian ini sumber triangulasi data peneliti berasal dari ahli dalam bidang media sosial dan sosiologi. Dengan demikian, data yang satu dengan data yang lain bisa saling melengkapi dan saling menguji sehingga diperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu: pendahuluan, isi, dan penutup. Ketiga bagian ini akan dipaparkan dalam 5 bab, yaitu satu bab pendahuluan, dua bab isi, satu bab analisa, serta satu bab kesimpulan.

Bab I: Bab pendahuluan berisi latar belakang mengapa peneliti memilih topik mengenai media sosial, permasalahan yang menjadi fokus penelitian, kerangka konseptual yang menjelaskan penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Sosiologi UNJ dan apa saja motif-motif penggunaan media sosial tersebut.

Bab II: Bab kedua ini berisi tentang penjelasan mengenai bentuk-bentuk penggunaan media sosial tersebut yang terbagi menjadi empat bagian yaitu pada bagian pertama peneliti memaparkan mengenai mahasiswa yang menggunakan media sosial untuk ajang pergaulan. Kemudian bagian kedua peneliti memaparkan mengenai mahasiswa yang menggunakan media sosial

sebagai media pembelajaran, lalu bagian yang ketiga peneliti memaparkan mengenai mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai sarana bisnis *online*, dan terakhir peneliti memaparkan mengenai mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membentuk suatu gerakan berbasis komunitas.

Bab III: Bab ketiga ini berisi tentang penjelasan mengenai temuan penelitian tentang konstruksi terbentuknya aspek kognitif (pengetahuan), aspek afektif (sikap), dan aspek psikomotorik (keterampilan) dari penggunaan media sosial keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ.

Bab IV: Peneliti akan menganalisis bagaimana penggunaan media sosial dapat berperan dalam sosio-edukasi dan terbentuknya ketiga aspek (kognitif, afektif, dan psikomotorik). Karena dari penggunaan media sosial tersebut informasi yang diperoleh mahasiswa pun semakin bertambah. Maka dari itu peneliti melihat bahwa semakin tinggi informasi yang di akses oleh mahasiswa, semakin luas pengetahuan yang akan diperoleh mahasiswa tersebut. Pengembangan kognitif (pengetahuan) yang terarah secara baik dapat berdampak positif bukan hanya terhadap ranah kognitif itu sendiri, melainkan juga terhadap ranah afektif dan psikomotor.

Bab V: Bab kelima ini peneliti mencoba menarik kesimpulan dari pertanyaan penelitian. Kesimpulan tersebut dipadukan antara temuan lapangan dengan hasil analisis secara sosiologis. Peneliti juga memberikan saran atas penelitian yang telah dilakukan. Saran yang diberikan diharapkan

dapat membantu semua pihak yang terkait dalam penelitian ini agar penelitian di masa yang akan datang semakin lebih baik.



## **BAB II**

### **POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL EMPAT MAHASISWA PENDIDIKAN SOSIOLOGI UNJ**

#### **2.1. Pengantar**

Teknologi digital telah menjadikan semua jenis media menyatu ke dalam aspek kehidupan manusia. Tidak saja dalam konteks kemajuan teknologi secara fisik, tapi juga media itu telah memengaruhi secara luas cara berkomunikasi, berinteraksi, bertransaksi secara bermasyarakat. Dampak adopsi teknologi digital terjadi tidak saja pada cara manusia berkomunikasi namun juga telah menuntun kepada cara-cara baru berhubungan secara pribadi, kelompok, dan sosial. Hubungan itulah yang membentuk koneksi antarmanusia tidak hanya sekedar koneksi elektronik, namun akan membentuk komunitas virtual. Komunitas virtual dibentuk dari bertemunya para orang-orang yang membentuk suatu relasi dan melakukan interaksi di dalam internet.

Bab ini akan menjelaskan bagaimana pola-pola penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa Sosiologi UNJ. Pola-pola ini terbagi menjadi empat bagian berdasarkan pengguna media sosial tersebut. Bagian pertama akan berisi penjelasan secara mendalam mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana ajang pergaulan. Kemudian pada bagian kedua akan berisi

penjelasan secara mendalam mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana yang dapat menunjang kegiatan akademik. Pada bagian ketiga, akan dijelaskan secara mendalam mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis online. Lalu pada bagian terakhir akan berisi penjelasan secara mendalam mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mengikuti suatu gerakan sosial dimana media sosial yang bersifat online dapat berperan untuk menciptakan sebuah gerakan sosial yang terjadi di dunia nyata.

## **2.2. Media Sosial sebagai Sarana Pergaulan**

Realitas sosial mengenai penggunaan media sosial sebagai ajang pergaulan saat ini memang sudah dibilang sebagai tuntutan yang diharuskan ada dalam pergaulan di masyarakat, khususnya mahasiswa. Media sosial saat ini sudah sangat beragam tidak hanya Facebook dan Twitter atau Yahoo Mail. Tetapi juga ada Google Mail, Instagram, Path, Ask.Fm, Tinder, dan masih banyak lagi. Google Mail kegunaannya sama seperti Yahoo yakni sama-sama sebagai media untuk mengirimkan sebuah pesan elektronik (*e-mail*), lalu Instagram sebagai aplikasi pengolah gambar, Path yang disebut sebagai *smart journal online*, Ask.fm media sosial yang digunakan untuk bertanya, Tinder yang merupakan aplikasi pencari pasangan, dan juga masih banyak lagi media sosial lainnya.

Media sosial yang muncul secara beragam tersebut dibarengi pula dengan hadirnya berbagai *smartphone* dengan sistem operasi android. Dan

media-media sosial yang disebutkan tadi hanya bisa ditemukan di dalam *smartphone* yang beroperasi sistem android tersebut. Dalam kesehariannya saat ini, informan yang bernama Desi yang merupakan mahasiswi jurusan Sosiologi angkatan 2011 ini mengaku tidak bisa jauh dari kebutuhan internet. Desi memang menggunakan *smartphone* android sejak kuliah tahun kedua. Dan saat itulah yang membuatnya mengenal akun-akun media sosial apa saja yang ada dan sedang berkembang, sehingga Ia bisa dibilang cukup banyak memiliki akun-akun media sosial tersebut. Ia mengaku bahwa saat ini situs media sosial yang sering dibukanya adalah Path dan Instagram. Desi menggunakan kedua akun tersebut terutama untuk *upload* foto, *update* status, *check-in* lokasi, dan sedang mendengarkan lagu atau menonton film apa juga terkadang di *update* oleh Desi di dalam media sosialnya. Berikut penuturan Desi mengenai akun-akun media sosial apa saja yang dimilikinya dan motif membuat akun-akun tersebut:

“Ada Facebook, Twitter, Path, Instagram, Tinder juga. Kalo Tinder baru-baru ini punya. Terus yang buat ngemail gitu ya Yahoo sama Gmail. Terus kalo chat Messenger ada LINE, BBM, WhatsApp juga.”<sup>45</sup>

“Kalo ditanya motif buat akun semua itu mah ya buat banyakin temen aja, kayak Path Instagram gitu gue mah niatnya cuma buat nge-share kehidupan sehari-hari gue kayak gimana. Beda kalo soal Tinder, Facebook, Twitter gitu buat nambahin temen aja, temen-temen baru gitu.”<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

<sup>46</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

Berdasarkan motif tersebut dapat disimpulkan bahwa Desi menggunakan media sosialnya sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari yakni untuk berkomunikasi dengan teman-temannya atau berkenalan dengan teman baru serta di dalam media sosial terkadang informan dapat mencurahkan perasaannya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membuat ajang pergaulan dan sosialisasi berpindah melalui jaringan internet yaitu lewat media sosial. Tidak dapat disangkal saat ini mahasiswa dan media sosial menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Adanya media sosial membuat pergaulan saat ini berpindah tempat ke dalam sebuah *gadget* berbentuk *smartphone*.

Fenomena penggunaan media sosial di dalam pergaulan mahasiswa selanjutnya yaitu menampilkan eksistensi diri di dalam media sosial. Untuk mewujudkan keeksistensian diri yakni salah satunya meng-*upload* foto *selfie*.<sup>47</sup> Di tiap-tiap akun media sosial seseorang saat ini pasti ada saja postingan *selfie* pemilik akun tersebut. *Selfie* muncul sebagai sebuah produk perkembangan teknologi dalam generasi saat ini. Tidak hanya di kalangan

---

<sup>47</sup> Istilah *selfie* sendiri muncul pertama kali di sebuah forum online Australia bernama ABC tanggal 13 September 2002. Di kamus Oxford, kata *selfie* sudah resmi ditambahkan ke dalam kamus *online* Oxford mereka sejak Agustus 2013. *Selfie* dalam kamus online Oxford berarti: “*a photograph that one has taken of oneself, typically taken with a smarthphone/webcam and uploaded to a social media website*” Merujuk pada definisi tersebut, smarthphone/webcam serta social media website adalah dua kata kuncinya. (<http://video.sindonews.com/play/14879/kata-selfie-berawal-dari-forum-internet-di-australia> diakses pada tanggal 18 Maret 2015 pukul 17:06 WIB)

mahasiswa, hampir di banyak kesempatan saat ini kita sering melihat orang-orang melakukan *selfie* lalu meramaikan akun media sosial-nya dengan postingan *selfie*. Berikut penuturan Desi yang juga senang melakukan foto *selfie*:

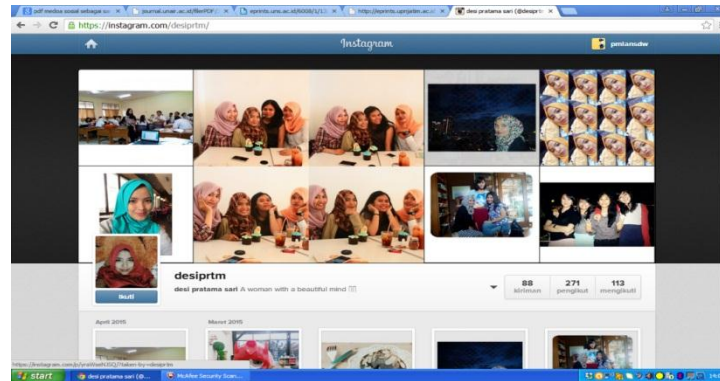
“Gue suka *selfie* ya karena emang suka foto-foto, ya suka di *share* di media sosial juga karena emang suka aja, kan yang lainnya juga begitu temen gue mau cewe mau cowo pada suka ngepost foto-foto *selfie*-nya begitu jadi ikut-ikutan.”<sup>48</sup>

Jika disimpulkan dari penuturan Desi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kecenderungan seseorang untuk melakukan *selfie* tidak terkait akan gender, baik pria dan wanita memiliki proporsi yang relatif sama untuk memiliki kegemaran *selfie*. Apalagi di kalangan mahasiswa yang sudah familiar atau terbiasa akan konsep foto *selfie*, maka cenderung untuk melakukan hal yang sama. Karena pada umumnya, kebanyakan orang-orang yang senang melakukan *selfie* biasanya dikarenakan alasan untuk mengabadikan momen penting dan mengingat masa-masa yang menyenangkan, memotret *outfit* yang menarik, serta menumbuhkan kepercayaan diri. Berikut merupakan salah satu akun media sosial Instagram milik Desi yang dari beberapa foto-foto yang dipost-nya tersebut terdapat foto *selfie* dirinya.

---

<sup>48</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

**Gambar 2.1.**  
**Tampilan Akun Instagram Desi**



Sumber: [www.instagram.com/desiprtm](http://www.instagram.com/desiprtm), 2015

Jika dilihat dari akun media sosial diatas, dapat dilihat bahwa media sosial Instagram tersebut hanya terdapat fitur untuk memposting gambar/foto saja. Lain hal-nya dengan Facebook, Twitter, dan Path yang fiturnya tidak hanya menampilkan gambar saja, namun juga terdapat konten berbentuk teks, video, suara, dan juga cek-in lokasi. Dengan fitur yang berbeda di antara masing-masing media sosial, maka membuat pengguna-nya pun juga memposting hal yang berbeda-beda di tiap akun-akunnya. Berikut penuturan Desi mengenai apa saja yang biasa Ia post/tulis di media sosial miliknya:

“Kalo di twitter dulu sih paling curhat-curhatan doang sama quote gitu. Kalo di Instagram ya paling foto-foto selfie sama foto-foto bareng teman dan keluarga. Di Path, ya post lagu-lagu, atau check-in di tempat makan kayak kafe atau restoran gitu terus juga foto-foto juga dan kadang cerita juga suka di post di Path.”<sup>49</sup>

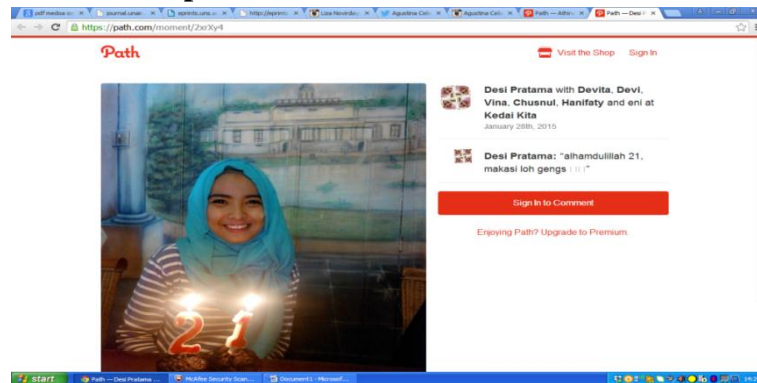
“Iya bisa, kadang misal lagi sedih gitu suasana hati terus pengennya di Path nge-posting lagu sedih gitu. Atau lagi kesel aja terus curhat ngetik panjang

<sup>49</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

lebar di medsos gitu. Biasanya kan ntar ada respon juga dari temen-temen gitu.”<sup>50</sup>

Berdasarkan penuturan kutipan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial juga bisa menjadi sarana untuk menyalurkan emosi penggunanya. Karena di dalam media sosial biasanya pendapat yang ditulis bisa dinyatakan lebih frontal karena tidak adanya interaksi tatap muka dengan secara langsung dengan orang-orang sehingga mereka bisa lebih berani mencurahkan perasaannya lewat media sosial. Berikut salah satu momen kebahagiaan Informan yang disalurkan ke dalam salah satu akun media sosialnya:

**Gambar 2.2.**  
**Tampilan Akun Media Sosial Path Desi**



Sumber: *path.com*, 2015

Setelah memaparkan mengenai fenomena *selfie* lalu *share* ke dalam media sosial. Maka terdapat salah satu fenomena terkait media sosial di dalam

<sup>50</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

pergaulan mahasiswa saat ini, yaitu *stalking*.<sup>51</sup> Salah satu sifat manusia adalah rasa ingin tahu yang sangat besar. Bahkan mengenai kehidupan seseorang atau teman-teman di kampusnya. Dari media sosial inilah biasanya dengan mudahnya orang-orang mendapatkan info-info mengenai kehidupan seseorang yang ingin di cari tahu dengan melakukan *stalking*, entah bagaimana kehidupannya sampai juga urusan perasaannya. Terkadang mahasiswa melakukan *stalking* ya hanya sekedar untuk mencari tahu lalu menjadikan bahan obrolan atau biasa dikenal dengan gossip. Desi pun sebagai informan juga mengakui bahwa dia sering *stalking* lewat media sosial. Berikut penuturan Desi mengenai aktifitas *stalking* di media sosial:

“Karena terkadang lewat media sosial itulah kita bisa tahu apa yang kita awalnya gak tahu tentang orang itu. Misalnya si A di depan kita ngomongnya macem anak baik-baik gitu, eh tahunya setelah kita kepo-in medsos-nya tahunya anak nakal. Dengan *stalking*, hal-hal yang orang itu tidak ungkapkan saat ketemuan nih, justru kadang dia umbar di media sosial. Makanya orang-orang sekarang banyak yang ngelakuin *stalking* di situs media sosial seseorang.”<sup>52</sup>

Sebagai seorang manusia, hal-hal yang berkaitan dengan *human interest* bisa selalu menarik perhatian. Dengan *stalking* yang kerap dilakukan tiap orang di media sosial, apalagi mahasiswa inilah maka mereka bisa mengetahui seseorang secara lebih utuh. Hal-hal yang tidak orang lain ungkapkan saat pertemuan tatap muka, justru terkadang diumbar di media

---

<sup>51</sup> *Stalking* dalam kamus bahasa Inggris artinya menguntit. Secara sederhana *stalking* di dalam media sosial diartikan sebagai aktivitas memantau –memata-matai akun orang lain tanpa sepengetahuan pemilik akun tersebut.

<sup>52</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB



sosial. Karena di dunia media sosial, maka segala informasi yang tidak *diprotect* sama saja dengan informasi tersebut bebas untuk diakses oleh siapapun.

Saat ini media sosial pun juga sering dijadikan tempat untuk menjadi ajang mencari teman kencan atau bisa disebut modus terhadap lawan jenis. Ini karena dengan lewat media sosial, pendekatan dapat dilakukan kapan saja. Selain itu, lewat media sosial juga bisa berkenalan dengan orang-orang baru, yang mungkin saja salah satunya bisa berubah status dari teman menjadi pacar. Hal ini juga diungkap pula oleh Desi yang juga pernah memiliki pasangan yang awalnya dikenal melalui media sosial, berikut penuturan Desi:

“Gue pernah sih kenalan sama cowo lewat media sosial, terus ada yang cuma jadi sebatas temen ada juga ada yang pernah jadi pacar. Kenapa gue mau kenalan lewat media sosial ya mungkin lebih kayak pengen cari temen lawan jenis yang jangkauannya lebih luas aja. Jadi ruang lingkup gue gak itu-itu aja gitu kalo soal nyari pasangan mah hehe.”<sup>53</sup>

Berdasarkan penuturan Desi di atas maka dapat dilihat bahwa media sosial pun juga mengambil peran dalam hal percintaan baik di kalangan masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa. Karena di dalam media sosial tersebut, orang asing pun dapat dengan mudahnya menambahkan kita sebagai teman di *friend list* akun media sosialnya. Lalu dengan mudahnya mengirim pesan dan berkenalan melalui media sosial tersebut. Tidak hanya disitu, media sosial pun menghadirkan situs media sosial mencari pasangan seperti Tinder

---

<sup>53</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

yang di dalamnya menampilkan sebuah fitur untuk menambahkan teman lawan jenis tersebut hanya dengan menyentuh dua pilihan yaitu *like* atau *no*. Jika ada dua pengguna yang sama-sama menyentuh pilihan *like*, maka keduanya akan *match* dan bisa melanjutkan *chatting* antar keduanya.

Informan mengaku sangat sulit untuk lepas dari media sosial. Ia bisa menghabiskan waktu berjam-jam untuk sekedar mengecek *timeline* media sosialnya. Informan selalu mengakses sebelum tidur dan setelah bangun dari tidur, mendahulukan mengecek media sosialnya daripada menyelesaikan pekerjaan lain. Berikut penuturannya:

“Gue kayak udah kecanduan gitu sama medsos. Dikit-dikit ngecek medsos gue. Kalo lagi pengen update ya update, terus kalo lagi mau curhat ya curhat di medsos. Terus ntar abis gitu liatin siapa-siapa yang komen di posting gue. Nih ya gue aja sebelum tidur megang hp buka-buka medsos, bangun tidur juga nyarinya hp. Pernah deh gue nyoba sehari gak mau buka medsos, tapi ujung-ujungnya gue buka juga belum nyampe sehari.”<sup>54</sup>

Berdasarkan kutipan tersebut bahwa media sosial memang tidak terlepas dari kehidupan mahasiswa, bahkan Informan terkadang lupa dan tidak memperdulikan berapa lama waktu yang Ia habiskan untuk aktivitas *online*. Hal itu pun mungkin juga dikarenakan media tersebut memfasilitasi para penggunanya untuk menyalurkan perasaan yang sulit diungkapkan secara langsung dan juga memuaskan hasrat keingintahuan terhadap seseorang yang hanya bisa dilakukan dengan cara *stalking* lewat media sosial. Sehingga

---

<sup>54</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

membuat mahasiswa, khususnya Informan sendiri mengalami kecanduan media sosial.

Internet dan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan mahasiswa. Berdasarkan kutipan-kutipan wawancara dengan informan diatas mengenai media sosial yang turut berperan dalam ajang pergaulan saat ini karena memang mahasiswa membutuhkan hubungan sosial yang lebih luas dalam rangka menyesuaikan diri dengan masyarakat, memiliki kenalan teman-teman baru mungkin bisa saja mempermudah dalam mencari pekerjaan setelah lulus kuliah dan mencari pasangan hidup.

### **2.3. Media Sosial sebagai Sarana Penunjang Akademik**

Sebelum adanya internet dan media sosial, akses kepada sumber informasi berupa buku-buku dan jurnal hanya tergantung kepada perpustakaan yang konvensional. Dalam mencari informasi melalui internet dilakukan melalui sebuah media yang dinamakan media baru, bisa berupa media sosial ataupun fasilitas *search engine* seperti Google dan Yahoo. Penggunaan media *search engine* untuk mencari informasi informasi pada dasarnya bisa dilakukan dengan melalui beberapa cara yaitu berdasarkan kata kunci yang digunakan.

Tuntutan perkuliahan yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan internet tentunya merupakan sebuah hal yang wajar. Dengan adanya internet, maka mahasiswa dipastikan mendaftarkan diri di akun media sosial, baik itu email ataupun akun media sosial seperti Facebook. Karena

dalam mendukung kegiatan perkuliahan dibutuhkan media yang tidak hanya memberikan informasi namun juga memungkinkan terjadinya komunikasi baik secara perorang (*one-to-one*) maupun orang dengan kelompok (*one-to-many*). Berikut penuturan Informan ke 2 bernama Khairan yang berusia 21 tahun dan merupakan mahasiswa Jurusan Sosiologi angkatan 2011 mengenai akun media sosial yang biasa digunakan untuk kepentingan perkuliahan:

“Facebook sama Yahoo. Kalo Facebook biasanya saya menggunakan untuk men-share tugas-tugas ke temen, materi perkuliahan ataupun tentang jadwal kuliah. Bertanya tentang kode Siakad. Kalo Yahoo biasanya untuk ngirim tugas ke dosen, terus kalo misalnya gak ikut ujian biasanya dikasih ujian susulan sama dosennya dan ngirim ke dosennya kalo gak lewat e-mail, lewat mana lagi kan. Ngirim tugas kelompok ke beberapa akun sekaligus bisa dilakukan lewat e-mail, jadi gak satu-satu ngirimnya.”<sup>55</sup>

Berdasarkan penuturan Khairan di atas maka bahan ajar atau materi perkuliahan yang diberikan dosen pun tidak harus disampaikan melalui tatap muka. Jika memang saat waktu penyampaian di kelas sudah berakhir, maka salah satu dari mahasiswa di kelas tersebut bisa meminta materi perkuliahan ke dosen yang bersangkutan lalu menyebarkan ke teman-teman kelasnya melalui media sosial. Hal ini sangat cepat dan efektif karena mahasiswa dapat *me-review* materi perkuliahan kapan dan dimana saja karena file tersebut akan tersimpan di dalam media sosial tersebut.

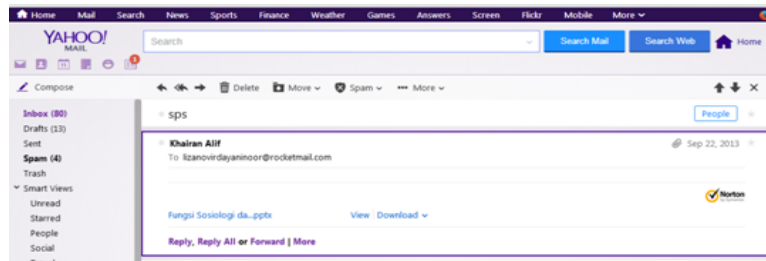
---

<sup>55</sup> Sumber wawancara: Khairan Nur Alif (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 14:25 WIB

Khairan bukan termasuk pengguna internet yang aktif, karena memang Ia mengakui bahwa hanya memakai *handphone* biasa yang hanya bisa dipakai untuk mengirim pesan (sms) dan telpon, tidak memiliki fitur internet sehingga saat ingin mengakses internet Khairan harus pergi ke warnet (warung internet). Maka dari itu Ia hanya menggunakan internet ketika dibutuhkan saja, begitupun juga dalam mengecek akun media sosialnya. Ia hanya mengakses-nya ketika sedang di warnet sambil mencari hal-hal yang berkaitan dengan keperluan tugas kampusnya. Biasanya Ia mencari informasi tersebut di situs google, google merupakan media sosial yang berbasis *search engine* (mesin pencari). Biasanya mahasiswa mencari informasi-informasi mengenai tugasnya melalui situs tersebut seperti jurnal, *e-book*, dan sebagainya.

Akun media sosial yang dimilikinya pun hanya Facebook, Google Mail, dan Yahoo. Yang dari ketiganya tersebut memang banyak dipakai mahasiswa untuk hal yang berkaitan dengan kegiatan akademik. Baginya, akun media sosial hanya cukup digunakan untuk kegiatan yang penting-penting saja dan bermanfaat seperti memberi dan mendapatkan informasi yang sekiranya mendapat wawasan.

**Gambar 2.3.**  
**Tampilan Inbox Yahoo**



Keterangan: Dalam mengirim tugas ke teman bisa dengan mudah melalui *e-mail*. Hal itu merupakan salah satu bentuk penggunaan media sosial.

Sumber: [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), 2015

**Gambar 2.4.**  
**Tampilan Grup Facebook Kelas Informan**



Keterangan: Men-*sharing* jadwal perkuliahan melalui grup kelas

Sumber: [www.facebook.com](http://www.facebook.com), 2015

Fenomena penggunaan internet dan media sosial ini menunjukkan bahwa dosen bukan lagi satu-satunya sumber informasi. Mahasiswa saat ini dituntut untuk menjadi pribadi yang lebih mandiri, yakni dengan mencari informasi-informasi melalui buku atau jurnal baik di perpustakaan ataupun

melalui internet. Dengan begitu, maka mereka dapat mengembangkan diri secara maksimal dengan menggunakan sumber yang mereka peroleh tersebut.

Berikut penuturan Khairan:

“Pernah. Mata kuliah saat itu dosennya menugaskan untuk mencari artikel/jurnal di internet. Lalu saya dan teman sekelas saya dibuat menjadi beberapa kelompok untuk mempresentasikan artikel/jurnal yang sudah didapat melalui internet. Kemudian artikel tersebut didiskusikan di dalam kelas.”<sup>56</sup>

Berdasarkan penuturan Khairan di atas maka sebagai media yang menunjang kegiatan akademik di kampus maka media sosial dapat berkaitan dengan media pembelajaran dengan strategi pembelajaran yang meliputi pengajaran, penugasan, membaca, diskusi, presentasi, dan evaluasi. Maksud penugasan disini yaitu dengan menugasi mahasiswa untuk mencari artikel/jurnal di internet, mendiskusikan dengan teman-teman sekelompoknya melalui media sosial, lalu saat kegiatan pembelajaran tatap muka maka dapat dipresentasikan di depan teman-teman kelas lainnya. Media sosial dapat ikut berperan serta dalam kegiatan pembelajaran di kampus. Hal ini diakui-nya karena Khairan pun juga memanfaatkan akun media sosialnya untuk mempermudahnya dalam kegiatan pembelajarannya. Berikut penuturan Khairan:

“Media sosial dapat menjadi sarana penunjang kegiatan akademik soalnya kalo menurut saya, selain bisa bertukar pikiran, informasi, dan hal-hal yang bermanfaat di media sosial. Dan juga dengan adanya media sosial, maka mempermudah kita dalam menjalin komunikasi dengan teman sekelas, dengan dosen. Lalu, dengan adanya grup kelas di dalam media sosial itu maka

---

<sup>56</sup> Sumber wawancara: Khairan Nur Alif (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 14:25 WIB

saya dan teman sekelas saya bisa sharing mengenai materi perkuliahan dan adanya media baru seperti internet tersebut bisa mempermudah kita mencari informasi yang berkaitan dengan materi perkuliahan.”<sup>57</sup>

Interaksi di antara teman-teman dikampus atau juga dengan dosen dapat dengan mudah menggunakan media sosial, dan interaksi tersebut dapat melalui beragam cara. Cara-cara itu misalnya seperti *chat*, *instant messaging*, *e-mail*, *video*, *chat* suara, *share file*, *blog*, diskusi grup, dan lain-lain. Beberapa media sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling *sharing* di dalamnya. Hal ini yang dilakukan oleh kelasnya Khairan, membuat grup di Facebook dengan nama “Pensos Non-Reg 2011” yang di dalam grup tersebut terdapat informasi-informasi hasil *sharing* teman-teman kelasnya yang pastinya bersifat akademik seperti informasi-informasi mengenai materi dan kegiatan perkuliahan.

#### **2.4. Media Sosial sebagai Sarana Bisnis Online**

Banyak sekali cara untuk membuka bisnis pada zaman modern ini, salah satunya bisnis online. Bisnis online ini maksudnya bisnis yang menggunakan fasilitas media sosial sebagai alat pemasarannya, yakni seperti melalui Facebook, Twitter, dan Instagram. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat inilah menjadi salah satu faktor pendukung atas kemudahan yang didapat oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

---

<sup>57</sup> Sumber wawancara: Khairan Nur Alif (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 14:25 WIB



Media sosial saat ini dapat dikatakan merupakan bagian dari kehidupan manusia. Beberapa orang saat ini khususnya para mahasiswa, pastinya banyak memiliki akun media sosial. Dan dari fenomena penggunaan media sosial ini lah yang akhirnya menjadikan media sosial sebagai suatu peluang untuk memulai bisnis. Bisnis secara online saat ini memang sedang populer dan menjamur di kalangan masyarakat, karena hampir semua pengguna internet juga merupakan pengguna media sosial, dimana pengguna dapat berkomunikasi dengan pengguna lain tanpa kendala jarak dan waktu sehingga memperoleh dan menyampaikan informasi lebih cepat. Celia merupakan salah satu mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai media untuk mengembangkan bisnisnya. Celia memulai bisnisnya saat baru menjadi mahasiswi di UNJ, yakni pada tahun 2012. Berikut penuturan Celia yang menggunakan media sosial sebagai sarana bisnis online:

“Karena kan media sosial itu hampir semua anak muda sekarang pasti punya dong yang namanya media sosial, facebook, instagram pasti punya kan. Nah dengan itu jadi semakin banyak orang yang tau tentang bisnis kita. Paling kalo bisnis secara langsung ya di dalam kelas, karena orang-orangnya udah kita kenal.”<sup>58</sup>

Celia memilih bisnis *online shop* karena pada saat ini hampir semua orang memiliki media sosial dan juga pada dasarnya Ia merupakan pengguna internet aktif serta mengikuti perkembangan media sosial. Di zaman yang teknologi semakin canggih saat ini juga mengambil peran di bidang ekonomi.

---

<sup>58</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

Salah satunya di bidang *marketing* yang berbentuk *online shop*. Menjamurnya bisnis online saat ini pun juga memudahkan para konsumen untuk mencari barang yang mereka inginkan. Hanya dengan membuka situs media sosial untuk mengakses informasi terhadap barang yang diinginkannya, lalu setelah mendapatkan kontak *online shop* yang menjual barang yang diinginkan, kemudian memesannya dan tinggal menunggu proses pengiriman barang tersebut. Media sosial memberikan kemudahan untuk berbelanja yang cepat tanpa perlu membutuhkan waktu yang lama. Berikut penuturan Celia mengenai menjamurnya bisnis online saat ini:

“Sebuah kemajuan kalo menurut saya, karena kan banyak orang sekarang yang gak sempet belanja langsung atau pergi ke pusat perbelanjaan atau pasar gitu. Jadi dengan adanya online shop ini bisa memudahkan mereka para customer untuk mendapatkan barang yang mereka mau. Karena apa sih sekarang yang gak di online shop-kan, bahkan makanan-pun banyak kan sekarang di perjual-belikan di media sosial.”<sup>59</sup>

Sebelum membuka akun media sosial Instagram khusus bisnis online-nya, terlebih dahulu Informan membuka FanPage di Facebook pribadinya untuk memasarkan barang dagangannya. Dan jika ada yang berminat maka disana akan tercantumkan Contact Person yang dapat dihubungi yakni bisa nomor telpon atau ID Line serta pin BBM Celia. Berikut penuturannya mengenai pemasaran yang dilakukan di media sosial:

“Untuk pemasarannya itu pastinya dibedakan, seperti akun Instagram saya bedakan antara olshop sama akun pribadi. Kalo misal Facebook, dari akun

---

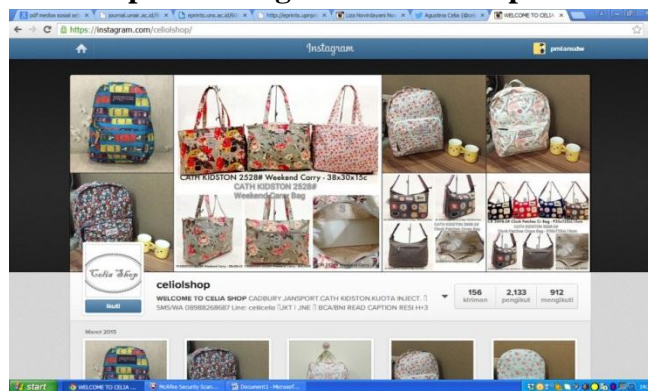
<sup>59</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

saya sendiri saya membuat Fanpage untuk bisnis saya tersebut. Tapi kalo untuk Contact Person masih saya samakan.”<sup>60</sup>

Celia mengaku bahwa kemudahan dalam berbisnis di dalam media sosial yaitu hanya cukup memfoto barang yang akan dijual lalu di *sharing* di akun media sosial disertai dengan kata-kata dan *hashtag*<sup>61</sup> maka dapat dengan mudah mempromosikan barang yang akan dijual di dalam media sosialnya.

Saat ini media sosial yang paling banyak digunakan dan sedang populer di masyarakat khususnya mahasiswa untuk berbisnis online yaitu Instagram. Karena Instagram merupakan media sosial yang hanya memiliki fitur untuk mengupload foto saja, dan karena hal itulah Instagram memiliki tampilan seperti katalog yang memudahkan para konsumen (*online buyer*) untuk mencari produk yang diinginkan.

**Gambar 2.5.**  
**Tampilan Instagram Online Shop Celia**



Sumber: [www.instagram.com/celiolshop/](https://www.instagram.com/celiolshop/), 2015

<sup>60</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

<sup>61</sup> Hashtag (#) diketik di depan nama barang tertentu agar pengguna lain bisa mencari barang yang sejenis yang di posting oleh berbagai *online seller* yang juga menggunakan tanda hashtag tersebut di dalam media sosial.

**Gambar 2.6.**  
**Tampilan FanPage Facebook Online Shop Celia**



Sumber: [www.facebook.com](http://www.facebook.com), 2015

Instagram juga memiliki fitur pencarian dengan menggunakan *hashtag*. Hal ini lah yang memudahkan produk *online seller* untuk sampai ke *online buyer*, karena calon *online buyer* hanya tinggal mengetik keyword nama barang yang ingin dicari di kolom *hashtag*. Berikut penuturan Celia:

“Untuk sekarang ini kan saya lebih sering mempromosikan lewat Instagram ya, jadi untuk gimana caranya biar banyak yang tau tapi sasarannya belum menjadi follower olshop saya, pastinya saya menggunakan hashtag. Menggunakan hashtag itu merupakan salah satu cara yang ampuhlah karena biasanya banyak orang yang mencari barang baru melalui hashtag.”<sup>62</sup>

Berdasarkan penuturan Celia di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *hashtag* dapat memudahkan calon pembeli untuk mencari barang di Instagram, karena melalui *hashtag* mereka bisa mendapatkan barang yang diinginkan yang dijual oleh berbagai *online shop*. Dengan berbisnis di dalam media sosial pun, khususnya Instagram juga mendapatkan kemudahan dalam hal promosi. Celia mengaku dirinya harus bisa memikirkan bagaimana

<sup>62</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

strategi pemasaran *online shop*-nya agar efektif dan produk atau barang yang akan dipasarkan nantinya bisa dikenal luas oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan produk lain dalam media sosial sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen yang akan membeli barang yang Ia jual tersebut. Berikut penuturannya:

“Terus untuk meningkat followers, biasanya saya menggunakan sistem yang saat ini lagi booming yaitu SFS (Shoutout For Shoutout). Jadi caranya ada sebuah grup komunitas gitu yang setiap harinya ada saling promote olshop yang satu dengan olshop lainnya. Jadi banyak tuh ada SFS ini, SFS itu, A B dan lain lain. Nah terserah kita mau gabung yang mana, itu gak berbayar tapi ada syaratnya yaitu dilihat dari jumlah follower-nya berapa biar bisa gabung disana. Terus cara SFS itu jadi satu hari ada 30 olshop yang ikutan SFS itu, nah 30 olshop itu akan saling iklan. Misalnya gini, saya punya olshop dan lo juga punya olshop , nah kita tuh saling ngiklanin olshop masing-masing, lo iklanin olshop gue, gue iklanin olshop lo. Gitu.”<sup>63</sup>

Berdasarkan penuturan di atas maka dapat dilihat bahwa berbisnis online di dalam media sosial saat ini sangat menarik para kalangan, khususnya mahasiswa. Karena selain fitur-fitur yang ada di dalam media sosial tersebut yang mempermudah para *online seller* menjualkan barangnya, juga ditambah dengan adanya komunitas SFS tersebut sehingga membuat para *online seller* ini termasuk Informan sendiri dengan mudah mempromosikan *online shop*-nya. Dengan masuk ke dalam komunitas SFS tersebut pun, Informan juga mengaku menjadi mempunyai banyak teman baru dan bisa belajar mengenai strategi pemasaran *online shop*. Media sosial memfasilitasi penggunaanya untuk melakukan interaksi melalui komunikasi internet dan

---

<sup>63</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

membentuk sebuah komunitas virtual dimana para penggunanya menjalin suatu relasi di dalamnya.

Selain foto barang yang akan dijual ditampilkan secara menarik dan enak dipandang, maka juga harus diimbangi dengan pesan atau *caption* pada foto yang mendeskripsikan produk dengan dramatis. Pendeskripsian informasi barang di *caption* foto barang sangatlah diperlukan karena secara tidak langsung berbisnis secara online adalah menjual informasi. Informan mengaku bahwa setiap penjual (*online seller*) berlomba-lomba bersaing dalam mengetik *caption* pada foto barang secara maksimal mengenai barang atau produk yang dijual agar dapat menarik para calon *online buyer*. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan informasi yang sejelas-jelasnya Berikut penuturan Celia:

“Pastinya kan barang yang kita jual itu banyak juga yang menjualnya kan, otomatis butuh strategi pemasaran yang baik, entah itu kata-katanya yang menarik untuk biar customer itu ngeliat produk kita jadi kemampuan dalam berkata-kata di *caption*-nya itu agar dapat menarik customer tertariknya ke olshop kita.”<sup>64</sup>

Media sosial memang saat ini sangat berperan di dalam kehidupan beberapa masyarakat. Beberapa orang, khususnya mahasiswa seperti Informan yang sadar akan manfaat dari media sosial tentu akan memanfaatkannya seefektif dan seefisien mungkin untuk menambah jaringan. Contohnya saja kegunaan media sosial dalam kasus ini yaitu dapat digunakan

---

<sup>64</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

untuk meraih keuntungan dan mencari pelanggan dari bisnis online tersebut. Informan menyadari bahwa media sosial untuk saat ini bisa dibilang cukup penting karena selain untuk bisa eksis, juga berinternet itu dapat digunakan untuk hal yang bisa menghasilkan profit.

## **2.5. Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Berbasis Komunitas**

Kemunculan dan perkembangan situs-situs media sosial ini merupakan bentuk sudah terbukanya mata masyarakat akan kebutuhan internet. Media sosial memberikan pengaruh yang besar bagi perubahan sosial masyarakat luas. Dengan berbagai macam aplikasi yang ditawarkan di media sosial itu sendiri, berupa *chatting*, *message*, *public discussion board* yang dapat digunakan untuk menjaring solidaritas publik di Indonesia.

Aspek yang paling penting dari penggunaan media sosial adalah bahwa hal itu memberi sebuah informasi yang luas dan kemampuan untuk memperluas jaringan. Ini mempengaruhi pilihan organisasi atau komunitas untuk membuka peluang yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam membawa perubahan. Media sosial mampu mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Salah satu kekuatan media sosial yaitu ketika isu atau informasi yang menjadi wacana publik disebarkan melalui khalayak banyak di dalam media sosial maka masalah tersebut akan dirasakan menjadi milik semua orang. Iko

merupakan salah satu mahasiswa jurusan Sosiologi yang menggunakan media sosial untuk menyebarkan info mengenai gerakan sosial dan mengajak para rekan-rekannya di kampus melalui media sosial yang Ia miliki. Salah satunya mengenai Gerakan Save Master. Gerakan Save Master merupakan bentuk gerakan perlawanan terhadap penggusuran sekolah Master (Masjid Terminal) yang dilakukan oleh Pemkot Depok. Gerakan ini lalu dipropagandakan lewat media sosial. Dan dari media sosial itulah, awal Iko mengetahui adanya gerakan sosial tersebut. Berikut penuturannya:

“Awalnya itu kan ada twitter BEM SI (Seluruh Indonesia) kan Kak, nah kan gue juga join di twitter itu dan BEM Fakultas gue kan juga join kan. Nah terus mereka tuh join-an tuh termasuk UNJ juga masuk kan, jadi gerakan itu bukan atas nama UI bela Master tapi Gerakan Save Master. Gerakan seluruh Mahasiswa Indonesia buat save Master, kan kalo pake nama UI ntar propagandanya mereka ini gak maksimal. Nah terus juga kan ada Dika, wakil gue alumni sekolah Master juga. Lewat Dika juga gue tau sekolah Master. Alumni-alumni Master pun juga bikin gerakan.”<sup>65</sup>

**Gambar 2.7.**  
**Tampilan Akun Path Iko**



<sup>65</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB





Keterangan: Dalam akun Path-nya, Iko mengetag teman-teman se-FIS UNJ.

Sumber: Postingan Akun Path Pribadi Iko, 2015

Sebagai ketua BEM FIS, Iko akhirnya mulai menyebarkan informasi mengenai adanya gerakan sosial tersebut ke penjurur mahasiswa FIS. Dengan menggunakan akun media sosial pribadi-nya, Iko pun memberitahukan kepada rekan-rekannya di FIS untuk dapat turut serta mengikuti Gerakan Save Master.

Penggunaan internet melalui media sosial telah menghadirkan sebuah web forum yang dapat membentuk suatu komunitas *online*. Layaknya forum diskusi, sebuah web forum dapat juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu sama lainnya. Sebuah forum *online* biasanya hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang. Pada dasarnya, forum *online* merupakan sebuah papan pengumuman yang tersedia dalam bentuk

*online*. Namun seiring berjalannya waktu sebuah forum *online* mengalami perluasan fungsi, yaitu tidak hanya sekedar berbagi informasi melainkan berbagai sarana akomodasi antar sesama pengguna dan pihak yang memiliki forum tersebut.<sup>66</sup>

Gerakan sosial yang dilakukan melalui media sosial tersebut berkelanjutan dalam dunia nyata. Interaksi yang awalnya hanya berlangsung di dalam komunitas virtual itupun akhirnya mampu membentuk kelompok secara tidak langsung untuk mewujudkan gerakan sosial yang solid. Tidak hanya melalui online saja tetapi juga merealisasikannya melalui tindakan nyata. Hal ini berwujud dalam interaksi secara langsung dalam kelompok tersebut, yang dengan sendirinya membentuk kekompakan di antara anggota dan tetap saling berhubungan secara sinambung melalui grup di salah satu media sosial walaupun setelah gerakan sosial tersebut dilakukan. Berikut penuturannya:

“Kan punya grup WhatsApp Kak, dari situ juga terus suka dikirim tulisan-tulisan. Nah ntar tulisan-tulisan itu dikirim ke tiap-tiap Universitas. Jadi bener-bener gunain media sosial banget Kak. Dan awalnya kan sebelum turun lapangan ke sekolah Master itu, gue sama anak-anak dari BEM Universitas lain juga belum pernah kenal sama sekali, dan baru ketemu pas di Master aja. Terus kenal dari media sosial, dan baru ketemu pas kita kumpul bareng ngopi-ngeteh di Master.”<sup>67</sup>

“Kalo ditanya loyalitas, ya sampe sekarang aja gerakan Save Master itu masih ada. Soalnya ada isu lagi kalo di bulan Maret mau ada pengusuran. Temen-temen gerakan Save Master sekarang masih dijaga panas-nya gitu loh ka, apinya masih dijaga jangan sampe redup soalnya tuh walikota tuh pinter mainin

---

<sup>66</sup> C. Widyo Hermawan. *Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB*. (Yogyakarta: ANDI, 2009), hlm 1-2

<sup>67</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB

tensi kita. Ketika kita naik, mereka cabut tuh. Tapi ketika kita lagi lengah pengurusan tiba-tiba.”<sup>68</sup>

### Gambar 2.8. Tampilan Akun Path Iko



Sumber: Postingan Akun Path Pribadi Iko, 2015

Berdasarkan tampilan postingan diatas, dapat dilihat bahwa di dalamnya berisi ajakan untuk anak UNJ untuk kumpul bersama para relawan Gerakan Save Master. Iko memang sangat menggunakan media sosial-nya dalam menyebarkan informasi mengenai Gerakan Save Master. Ia juga mengakui bahwa Gerakan Save Master ini pun sangat totalitas dalam mempropagandakan gerakan-nya melalui media sosial. Hal ini dikarenakan pada zaman yang sudah mengandalkan internet ini masyarakat, khususnya mahasiswa sudah banyak menggunakan *gadget* dan memiliki akun-akun media sosial. Lewat media sosial itulah di bikin *framing* untuk mempropagandakan gerakan sosial tersebut agar dikenal masyarakat luas,

<sup>68</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB

khususnya mahasiswa-mahasiswa dari berbagai universitas di Indonesia.

Berikut penuturannya:

“Cara-cara framing lainnya juga dengan bikin video-video di youtube, facebook, semuanya. Mereka gunain website, blog juga ada. Pokoknya bener-bener gunain media sosial banget deh. Akhirnya temen-temen mahasiswa, yang gak hanya dari UI, UNJ aja. Mahasiswa dari Gundar, UP juga ikutan juga karena mereka tau lewat media sosial. Kalo universitas dari luar Jakarta dan Depok gitu berkontribusi juga, tapi memang mereka propogandainnya bukan dengan datang ya tapi dengan cara mereka bikin tulisan juga, terus bantu ngejarkomlah, bantu bikin foto-foto yang buat di jarkom di media-media sosial, caranya begitu.”<sup>69</sup>

Berdasarkan penuturan di atas, dapat dilihat bahwa komunikasi ataupun penyebaran informasi yang dilakukan sekarang lebih banyak menggunakan internet daripada melalui tatap muka. Media sosial memiliki unsur informasi, komunikasi, dan teknologi sehingga mampu memberikan informasi dengan cepat mengenai isu akan adanya penggusuran Sekolah Master, kemudian para mahasiswa akhirnya dengan cepat menyebarkan informasi tersebut melalui akun media sosial yang menjangkau seluruh Mahasiswa Indonesia sehingga Gerakan Save Master dengan cepat diketahui berbagai Universitas di Indonesia.

Media sosial pun mampu menciptakan komunikasi dengan pengguna lainnya dengan cepat, menjangkau para pengguna yang tertarik menjadi relawan Save Master di dalam satu forum online berbentuk komunitas virtual. Namun tidak hanya melalui online saja tetapi merealisasikannya melalui tindakan

---

<sup>69</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB

nyata. Hal ini dapat berwujud dalam interaksi komunikasi secara langsung ketika anggota dalam satu forum tersebut bertemu saat turun lapangan di Sekolah Master.

Seperti diketahui dalam kegiatan organisasi BEM baik tingkat Jurusan maupun Fakultas, masing-masing organisasi tersebut sudah pasti memiliki akun media sosial. Baik itu Facebook dan Twitter. Namun semenjak Informan mengenal serta turut ikut dalam Gerakan Save Master Informan berpikir untuk memperbanyak akun-akun media sosial untuk organisasi BEM FIS-nya. Berikut penuturannya:

“Darisitu gue bisa belajar buat gunain di BEM gue sekarang. BEMFIS kan dulunya cuma ada Facebook dan Twitter ya. Sekarang gue jadi mau bikin Instagramnya, Kompasiana juga, Path, lo liat aja Kak ntar perkembangan akun Media Sosial BEMFIS sekarang. Instagram udah ada, Path sama Ask.fm bentar lagi nih mau dibuat. Ask.fm ntar gue buatnya pas MPA, jadi maba (mahasiswa baru) kalo ada yang mau nanya-nanya bisa lewat Ask.fm, dan kalo missal ada pertanyaan-pertanyaan bodoh ya gak kita jawab, yang kita jawab ya pertanyaan bener seputar MPA. Kalo Instagram buat foto-foto kegiatan BEMFIS, terus kaya propaganda-in DePe (Desa Pendidikan). Nah Path ntar gue bikin Path BEMFIS, isinya juga kegiatan-kegiatan apa aja yang dilakukan sama anak-anak BEMFIS dan info-info gitu seputar FIS atau BEMFIS. Kan selama ini, kalo gue ngeshare info biasanya lewat akun Path pribadi gue sendiri kan Kak, jadi kurang gimana aja gitu.”<sup>70</sup>

Berdasarkan penuturan Iko diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memang sudah merupakan bagian dari kehidupan mahasiswa, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk organisasi di kampus. Karena memang saat ini orang-orang, khususnya para mahasiswa sudah pasti memiliki media sosial. Dan agar penyebaran informasi dapat tersampaikan

---

<sup>70</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB

dengan cepat, efektif, dan juga efisien maka hal itu dilakukan lewat media sosial. Maka dari itu Informan ingin sekali jika organisasi BEMFIS-nya mengikuti perkembangan media sosial dengan cara membuat akun-akun media sosial untuk organisasinya tersebut.

**Tabel 2.1.**  
**Pola Penggunaan Media Sosial Empat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ**

Nama	Pola Penggunaan	Contoh Penggunaan
Desi	Media sosial sebagai sarana pergaulan	<i>Update status, upload foto (selfie), check-in lokasi, mencari teman baru/pasangan, stalking</i>
Khairan	Media sosial sebagai sarana penunjang akademik	Google sebagai mesin pencari informasi, Yahoo dan Google Mail sebagai media pengirim email, Facebook sebagai media untuk menshare bahan perkuliahan melalui grup
Celia	Media sosial sebagai sarana bisnis online	Membagikan ( <i>sharing</i> ) foto-foto barang yang dijual di media sosial (Instagram, FB, Twitter), Grup Komunitas SFS ( <i>Shoutout For Shoutout</i> ) membantu penjual online saling berinteraksi dan bekerja sama dalam mengembangkan bisnis online.
Iko	Media Sosial sebagai sarana gerakan berbasis komunitas	Gerakan Save Master Twitter BEM SI (Seluruh Indonesia), membantu dalam menyebarkan informasi ke

Nama	Pola Penggunaan	Contoh Penggunaan
		seluruh mahasiswa-mahasiswa yang ada di universitas se-Indonesia sehingga dengan mudah untuk membentuk kampanye sosial.

**Tabel 2.2.**  
**Motif dan Bentuk Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ**

Psikologis	Sosiologis	Edukasi
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Curhat di dalam media sosial.</li> <li>✓ Melepaskan diri sejenak dari permasalahan di dunia nyata.</li> <li>✓ Memuaskan rasa ingin tahu (<i>stalking</i> akun media sosial orang lain).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Melakukan interaksi sosial, bertemu dengan teman lama, dan memperoleh teman baru.</li> <li>✓ Memperoleh relasi-relasi baru dengan mengikuti gerakan sosial.</li> <li>✓ Mahasiswa yang menjadi <i>online seller</i> (penjual) bisa berinteraksi dan saling <i>sharing</i> pengalaman berbisnis di dalam media sosial dengan penjual online lain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Memperoleh informasi yang berkaitan dengan materi perkuliahan, dan juga mencari bahan perkuliahan, seperti artikel, jurnal, dsb.</li> <li>✓ Melalui media sosial, mahasiswa baik <i>online seller</i> dan <i>online buyer</i> mendapatkan pengetahuan antara lain bagaimana menjual barang secara online dan cara berbisnis secara online.</li> </ul>

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2015

### **BAB III**

## **PEMBENTUKAN PENGETAHUAN, SIKAP, DAN KETERAMPILAN MELALUI MEDIA SOSIAL**

#### **1.1. Pengantar**

Bab sebelumnya sudah dijelaskan pola-pola penggunaan media sosial yang berbeda pada keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Pada bab ketiga ini akan dijelaskan bagaimana temuan penelitian mengenai penggunaan media sosial dalam mempengaruhi ketiga aspek penting yang ada di dalam proses pembelajaran. Maka berdasarkan keempat pola penggunaan media sosial tersebut akan dijelaskan bagaimana konstruksi terhadap ketiga aspek yaitu aspek pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan keterampilan (psikomotorik).

Bab ketiga ini memiliki 3 bagian, yakni bagian pertama, akan dijelaskan bagaimana konstruksi aspek pengetahuan dibentuk dan pengetahuan apa saja yang didapat oleh keempat mahasiswa ini dari penggunaan media sosial. Pada bagian kedua, akan dijelaskan bagaimana konstruksi aspek sikap, bisa sikap positif dan juga sikap negatif yang dibentuk dari penggunaan media sosial. Lalu pada bagian terakhir, akan dijelaskan keterampilan apa saja yang dapat diperoleh keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi dari penggunaan media sosial.



## 1.2. Konstruksi Aspek Pengetahuan melalui Media Sosial

Perkembangan arus teknologi dan informasi saat ini sangat berperan dalam perkembangan dan pola berpikir dan tingkah laku mahasiswa. Oleh karena itu kedudukan media sosial saat ini sangat penting, karena dengan adanya media sosial maka arus informasi yang tersebar saat ini begitu mudah. Mahasiswa saat ini tidak harus bersusah payah dalam mencari informasi-informasi yang menunjang kegiatan akademiknya di kampus, hanya dengan mengetik kata kunci di dalam media sosial tersebut maka informasi yang dibutuhkan pun akan hadir di dalam gadget mereka.

Fenomena ini menunjukkan bahwa dosen bukan lagi satu-satunya sumber informasi. Hal ini dibutuhkan bagi mahasiswa untuk mengembangkan diri mereka sendiri secara maksimal dengan menggunakan sumber yang dapat mereka peroleh. Mereka juga memilih bagaimana belajar berarti mereka dapat merencanakan sendiri target belajarnya, melakukan revisi atau balik kembali kepada materi sebanyak yang dibutuhkannya. Hal ini merupakan fakta bahwa mahasiswa mempunyai kontrol lebih besar atas cara mereka belajar, dengan dosen memainkan peran sebagai fasilitator proses belajar.<sup>71</sup>

Informasi-informasi yang hadir di dalam media sosial inilah yang akan membentuk pola pikir mahasiswa, dimana informasi-informasi yang beredar

---

<sup>71</sup> Diptoadi, Veronica L, Susanto Teopilus & Hartono Pranyoto. *Kontribusi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Memperbaiki Pengaksesan PTBJJ: Sebuah Studi Kasus*. Dapat diakses di [www.pustekom.go.id/teknodik/t10/10-10.htm](http://www.pustekom.go.id/teknodik/t10/10-10.htm)

di dalam media sosial tersebut akan diserap dan akan menjadi sumber pengetahuan bagi mahasiswa. Berdasarkan pola penggunaan media sosial di keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini masing-masing memiliki andil dalam proses peningkatan aspek pengetahuan (kognitif) serta proses pembelajaran ke dalam masing-masing mahasiswa tersebut.

Realitas sosial mengenai penggunaan media sosial sebagai ajang pergaulan saat ini memang dapat dibilang tuntutan yang ada di dalam kehidupan masyarakat, terutama di dalam pola pergaulan remaja saat ini. Sebagian mahasiswa terkadang lebih memilih berkomunikasi dengan teman-temannya lewat media sosial karena selain cepat dan efektif, juga menjadi pilihan yang tepat untuk menjalin komunikasi jarak jauh atau jika memang tidak ada waktu untuk bertemu tatap muka. Berikut penuturan Desi mengenai seberapa pentingnya kah media sosial dalam pergaulan saat ini:

“Kalo menurut gue kalo ditanya penting apa gak, media sosial itu emang udah kayak jadi bagian dari pergaulan. Jadi misalkan kita temenan nih sama temen kita. Nah udah temenan di dunia nyata tapi gak temenan di dunia maya tuh agak gimana gitu kalo jaman sekarang mah. Kayak ada yang kurang dalam pergaulan sesama. Jadi media sosial sama dunia nyata dalam pertemanan udah jadi satu. Media sosial sama pergaulan itu kayak media komunikasi kita saat ini.”<sup>72</sup>

Berdasarkan pendapat Desi di atas dapat dilihat bahwa memang media sosial saat ini merupakan bagian dari pergaulan dan dapat dibilang sudah menjadi satu kesatuan. Tidak hanya itu, untuk menemukan teman baru pun

---

<sup>72</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

sangat mudah dilakukan di dalam media sosial. Maka dari itu, media sosial dapat membantu untuk mengenal relasi-relasi baru dari wilayah atau kampus yang berbeda serta berbagai kalangan sehingga menjadikan pergaulan menjadi semakin luas. Hal inilah yang akan membuat mahasiswa dapat belajar bagaimana cara berinteraksi yang baik dengan orang yang belum pernah dikenal atau belajar untuk berhati-hati dalam memilih teman baru melalui media sosial.

Banyak orang yang membagikan sebuah cerita seperti pengalaman kehidupannya ke dalam media sosial, agar orang-orang yang membaca dapat belajar dari pengalamannya tersebut dan tidak mengulangnya, jika kasusnya pengalaman yang dibagikan merupakan kejadian buruk. Fenomena-fenomena mencurahkan cerita atau pengalaman di dalam media sosial inilah juga mampu membuat para pembaca dapat memperoleh pengetahuan baru dan membentuk pola pikir mereka agar bisa lebih baik lagi dalam melakukan suatu hal agar meminimalisir terjadinya suatu kesalahan. Hal ini seperti yang diungkapkan Desi:

“Sekarang kan banyak ya akun-akun gitu suka ngeshare cerita-cerita kehidupan atau kalimat-kalimat bijak gitu terus dari situ bisa belajar dari pengalaman orang terus dapet informasi tentang kejadian-kejadian di luar sana yang belum kita tau gimana. Jadi bisa lebih hati-hati juga. Pokoknya informasi tersebut bisa juga kan nambah pengetahuan kita buat kedepannya.”<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat dikatakan bahwa aspek kognitif atau pengetahuan dapat mencakup sebuah ingatan akan hal-hal yang pernah dipelajari dan disimpan dalam ingatan. Jadi pengetahuan tidak hanya didapat dari dalam kegiatan akademik saja, namun juga dari pengalaman-pengalaman orang juga bisa dijadikan sebuah gagasan pengetahuan. Karena pengetahuan bisa mencakup sebuah penalaran dan pemahaman.

Konstruksi aspek pengetahuan dalam penggunaan media sosial dalam menunjang kegiatan akademik yaitu melalui media sosial yang dapat dijadikan media pembelajaran *non-mainstream* sekaligus fasilitas pendukung mahasiswa dalam memperoleh bahan perkuliahan. Dari hasil penelitian ini, mahasiswa Pendidikan Sosiologi selaku informan bernama Khairan mengungkapkan bahwa dengan adanya media sosial dapat mempermudah dalam hal-hal yang berkaitan dengan perkuliahan. Mahasiswa saat ini pastinya membutuhkan banyak referensi buku-buku mengenai teori dan artikel atau jurnal penting mengenai penelitian-penelitian sejenis yang sudah lebih terdahulu untuk menambah wawasan dan pengetahuan mereka. Media sosial seperti *scribd* digunakan untuk memperlihatkan hasil pemikiran, analisa, serta penelitian mereka kepada masyarakat luas, seperti yang diungkapkan Khairan berikut ini:

“Kalo misalnya nyari bahan buat makalah atau skripsi gini kan biasanya nyari skripsi orang di internet buat acuan, nah biasanya kan itu filenya berbentuk pdf gitu dan di download melalui media seperti scribd gitu kan. Nah scribd itu kan biasanya isinya

jurnal orang, hasil penelitian orang yang udah berbentuk tulisan dan lain sebagainya.”<sup>74</sup>

Mahasiswa memiliki kebutuhan akan informasi untuk menunjang tugas-tugasnya di kampusnya maka dengan hadirnya media sosial saat ini cukup dapat membantu dan memudahkan mereka dalam mencari segala referensi tersebut dengan waktu yang cepat dan juga efisien. Melalui media sosial, mahasiswa dituntut untuk tidak hanya menjadi sebatas konsumen informasi saja. Namun juga dapat menganalisis informasi yang relevan dengan materi kuliah yang sedang dikaji, serta melakukan eksplorasi data. Melalui pemanfaatan internet inilah, Khairan menjelaskan bahwa media sosial dapat menunjang kegiatan akademik dikampus dikarenakan media sosial dapat berkaitan dengan strategi pembelajaran yang meliputi penugasan, membaca, diskusi bersama teman-temannya. Hal tersebut dapat memperluas wawasan, informasi, serta literature mahasiswa sehingga pengetahuan yang didapatkan oleh mahasiswa dapat mengalami peningkatan.

Penggunaan media sosial dalam bidang edukasi tidak hanya sampai disitu, namun juga saat ini makin banyak orang-orang hebat yang berilmu menggunakan media sosial dan berbagi ilmu serta pemikirannya di dalam media sosial tersebut. Sehingga feed dari media sosial yang dihasilkan dapat berbuah positif karena mengandung wawasan sehingga pengetahuan

---

<sup>74</sup> Sumber wawancara: Khairan Nur Alif (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 14:25 WIB

mahasiswa dapat berkembang. Hal ini sama seperti yang dikatakan oleh

Informan:

“Banyak kan sekarang petinggi-petinggi, orang-orang pintar gitu pada punya media sosial, misal kebanyakan pada pake twitter terus suka bikin kultwit gitu. Nah kan biasanya kultwitnya bersifat positif dan edukatif. Bisa nambah pengetahuannya dari situ salah satunya.”<sup>75</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa peran orang-orang hebat seperti petinggi-petinggi negara atau orang-orang yang berilmu yang memiliki media sosial pun dapat berperan dalam proses peningkatan aspek kognitif atau dapat dikatakan dapat meningkatkan *stock of knowledge* mahasiswa yang mengikuti *feed* orang-orang berilmu tersebut karena peran media sosial dalam menyebarkan informasi yang mengglobal.

Konstruksi aspek pengetahuan dalam penggunaan media sosial di dalam bidang ekonomi yakni informan Celia dapat berpikir bahwa media sosial tidak hanya sekadar untuk memenuhi kebutuhan akan eksistensi diri, namun juga bisa dimanfaatkan dalam bidang ekonomi yang menghasilkan sebuah profit. Dengan adanya kebutuhan-kebutuhan dari diri mahasiswa saat ini yang pastinya membutuhkan tambahan materi, maka mahasiswa dituntut untuk lebih kreatif dan produktif dalam mengkonsumsi media. Sehingga ada sebuah hasil yang positif dari penggunaan media sosial tersebut. Berikut penuturan Celia:

“Iya banget. Karena kalo dalam pengalaman saya memiliki media sosial, apalagi dalam hal berbisnis online, saya dapat mengerti caranya berbisnis melalui media

---

<sup>75</sup> Sumber wawancara: Khairan Nur Alif (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 14:25 WIB

sosial/virtual, banyak hal baru yang saya peroleh dari media sosial. Cara memasarkannya agar banyak yang melihat akun olshop saya, terus jadi tau gimana biar olshop kita tuh dilihat banyak orang bagusnya kayak gimana, jadi saya paham dan bisa lebih kreatif lagi. Terus jadi tau apa itu metode promosi olshop melalui SFS gitu, itu kan baru saya tahu dari media sosial itu sendiri.”<sup>76</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Celia meraih beberapa pengetahuan dalam bidang ekonomi yang akhirnya membantunya dalam meningkatkan bisnis-nya di dalam media sosial tersebut. Dalam hal ini, Celia jadi mengetahui metode apa yang digunakan orang-orang dalam membantu memajukan bisnis online-nya, yaitu dengan mengikuti sebuah cara atau proses yang nantinya dapat membantu akun bisnis online-nya menjadi lebih mudah terkenal dan dilihat banyak orang. Celia jadi lebih mengerti dan juga berpikiran akan keefisienan dari sistem media sosial itu sendiri yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja, hanya dengan memanfaatkan jaringan internet yang terdapat pada *smartphone* lalu mengaplikasikannya.

Konstruksi aspek pengetahuan dalam penggunaan media sosial di dalam bidang politik, yakni pembentukan gerakan sosial yang terjadi dalam media sosial. Banyak sekali gerakan sosial yang awalnya dari media sosial dan sukses saat tindakan nyatanya. Media sosial bisa menjadi alat kampanye dalam mengedukasi dan sosialisasi masyarakat untuk mengangkat isu lokal menjadi isu global, dengan pemanfaatan media digital. Hal ini seperti Gerakan Save Master yang dilakukan oleh kumpulan mahasiswa seluruh Indonesia.

---

<sup>76</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

Salah satunya Iko yang merupakan mahasiswa Sosiologi UNJ yang mencoba untuk mengajak mahasiswa di penjuru Fakultas Ilmu Sosial untuk ikut serta dalam gerakan sosial tersebut.

Gerakan sosial ini dipropagandakan lewat media sosial, seperti mengajak sesama mahasiswa seluruh Indonesia melalui tweet di Twitter, membagikan foto dan tulisan di Path dan media online, dan juga membuat video dan membagikan video kampanye melalui Youtube. Semua kampanye mengenai gerakan sosial ini dilakukan di dalam media sosial. Iko mengatakan bahwa dengan dia ikut turut serta dalam gerakan sosial tersebut, dia jadi mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai cara propaganda yang baik melalui media sosial seperti apa dan Iko bisa belajar bagaimana mengkoordinasi suatu gerakan baik itu melalui media sosial ataupun saat tindakan nyatanya secara. Berikut penuturan Iko:

“Iya dong pastinya. Gue jadi tau caranya bikin kampanye sosial lewat media sosial itu gimana, terus cara mempropagandakan massa dengan baik itu gimana. Banyak sih kak, pokoknya dari gue ikutan gerakan Save Master nalar gue jadi bisa lebih jalan, bisa lebih peka sama masyarakat sekitar yang butuh bantuan kita para mahasiswa untuk menegakkan aspirasi mereka gitu.”<sup>77</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Gerakan Save Master ini membantu Iko untuk menjalankan peran sosialnya, memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, dan menemukan interaksi sosial dengan relasi-relasi baru. Iko dapat mengenal

---

<sup>77</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB

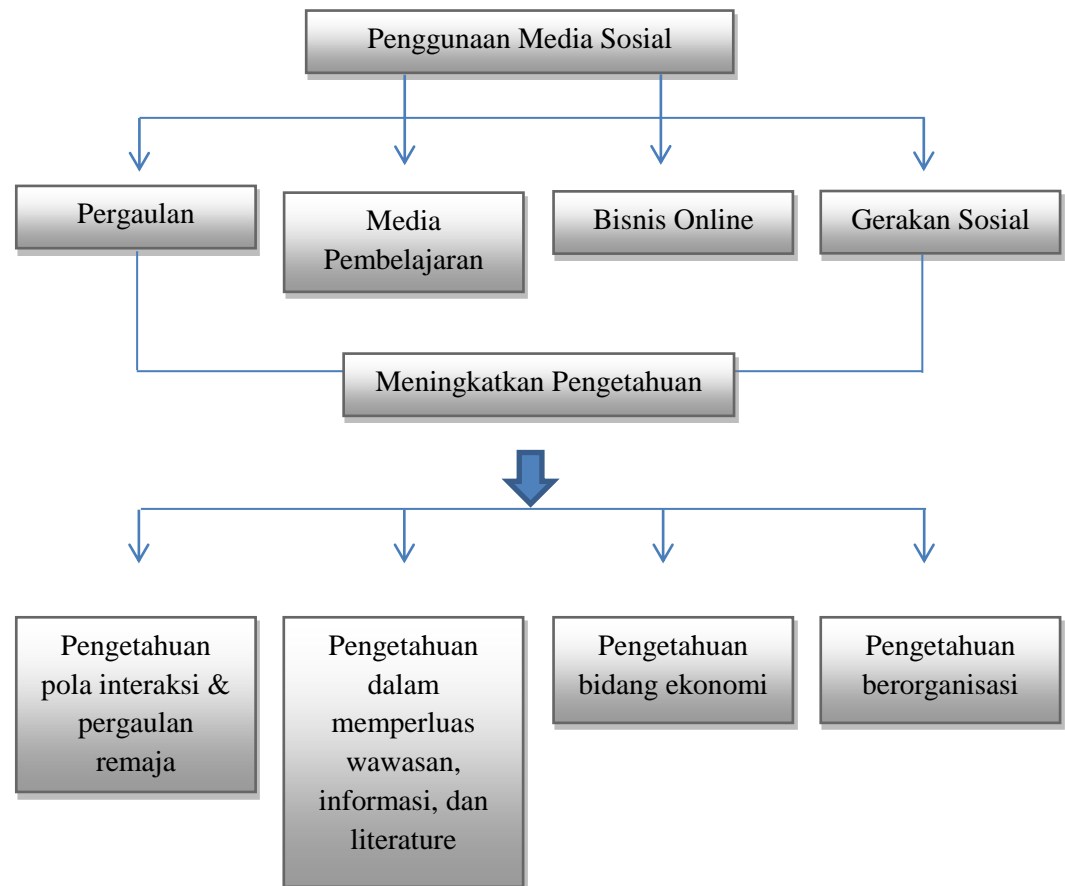


lebih jauh mengenai gerakan sosial dan belajar berorganisasi serta hal ini merupakan bentuk pemanfaatan sumber daya teknologi secara efektif.

### Skema 3.1.

#### Peningkatan Pengetahuan melalui Penggunaan Media Sosial Empat

##### Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ



Sumber: Kerangka Berpikir Peneliti, 2015

Berdasarkan skema diatas, maka dapat dianalisis bahwa dari penelitian yang telah dilakukan peneliti terdapat pola penggunaan media sosial di empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Pola pertama yaitu penggunaan media sosial sebagai ajang pergaulan. Dalam penggunaannya, media sosial dapat berperan dalam meningkatkan pengetahuan mengenai pola interaksi dan pergaulan remaja saat ini. Interaksi dan pola pergaulan remaja dengan penggunaan media sosial memiliki satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena interaksi sosial saat ini dapat dilakukan tidak hanya melalui tatap muka namun juga melalui suatu media.

Kedua, penggunaan media sosial sebagai sarana penunjang akademik. Hal ini dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa dalam memperluas wawasan, informasi, dan literature. Ketiga, penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis online. Dari penggunaan ketiga ini, mahasiswa dapat belajar bagaimana membuat media sosial dapat lebih bermanfaat dan menguntungkan untuk kehidupan, salah satunya dalam bidang perekonomian.

Keempat, penggunaan media sosial sebagai sarana gerakan berbasis komunitas. Dari penggunaan media sosial ini, mahasiswa Pendidikan Sosiologi dapat belajar bagaimana mengkoordinir suatu gerakan yang awal terbentuknya melalui komunitas virtual. Sehingga dapat mengembangkan pengetahuannya dalam hal berorganisasi.

### 1.3. Konstruksi Aspek Sikap melalui Media Sosial

Media sosial mempunyai peran terhadap pembentukan sikap dan perilaku masyarakat, khususnya mahasiswa. Oleh karena itu media sosial diharapkan memberikan sesuatu yang mendidik, informasi-informasi yang tersebar di dalam media sosial tidak hanya menghibur saja namun bisa mengedukasi penggunanya. Dari informasi-informasi tersebut akan menghasilkan pengetahuan baru yang membuat terbentuknya pola pikir mahasiswa yang baik. Dengan begitu, maka akan terbentuknya suatu sikap yang positif karena nilai yang tertanam secara konsisten dalam diri mahasiswa itulah yang akan mengontrol tingkah laku dari masing-masing mahasiswa tersebut.

Media sosial memang tidak bisa dijadikan acuan pembelajaran seutuhnya, karena media sosial hanya sebuah media yang menjadi fasilitas pendukung peserta didik dalam memperoleh pembelajarannya karena memang masih sangat dibutuhkan peran guru dan dosen sebagai fasilitator. Media sosial hanya sebagai sarana penunjang yang saat ini merupakan media yang *non-mainstream*. Ruang sosial yang *non-mainstream* ini bisa menjadi mekanisme ruang pembelajaran, sebagai alat komunikasi, seperti belajar, sharing informasi, berbagi pengalaman, kegiatan, bertukar gagasan, diskusi, perdebatan. Media sosial akan berdampak positif apabila para penggunanya menggunakan secara bijak dan benar. Karena media sosial dapat memiliki

aspek positif yang dimanfaatkan. Semua itu muncul seiring revolusi media sosial. Hal ini sama sebagaimana yang juga diakui oleh Desi:

“Revolusi media sosial begitu pesat dan berkembang. Sekarang tergantung dari setiap manusia untuk menyikapinya seperti apa. Media sosial sebenarnya muncul bertujuan untuk mempermudah aktivitas komunikasi. Kalau itu dimanfaatkan dengan baik maka akan berdampak positif dan sebaliknya kalau dimanfaatkan untuk hal kejelekan maka ya akan berdampak negatif dan bisa menghancurkan.”<sup>78</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial jika digunakan sesuai kebutuhan dan dimanfaatkan dengan positif maka akan menghasilkan suatu sikap yang positif. Karena informasi-informasi yang terdapat di dalam media sosial akan mengandung nilai-nilai positif dan negatif. Tinggal bagaimana seorang mahasiswa dapat menyikapinya, jika mahasiswa tersebut dapat menyikapinya dengan pola pikir yang baik maka akan tercipta pula sikap mental yang baik.

Penggunaan media sosial pada saat ini memang sangat mengambil andil dalam sarana pergaulan remaja. Namun tidak hanya remaja saja, tetapi juga mencakup orang dewasa maupun orang tua. Dalam penelitian ini, Desi selaku Informan mengatakan bahwa media sosial pun mengambil peran dalam hal hubungan pertemanan. Di dalam media sosial, kita bisa berteman dengan siapapun. Namun walaupun begitu, ada hal yang harus diperhatikan baik-baik dalam menggunakan media sosial saat ini. Karena mudahnya berteman dengan siapapun di dalam media sosial itulah, terkadang sebagian orang tidak

---

<sup>78</sup> Sumber wawancara: Desi Pratama Sari (Sosiologi 2011), pada tanggal 2 Maret 2015, pukul 12:12 WIB

sadar informasi yang disebar di dalam media sosial mungkin bisa membahayakan bagi si penyebar informasi tersebut. Karena siapapun bisa saja menyebarkan dan memanipulasi informasi yang disebar di dalam media sosial tersebut.

Media sosial memang tidak selamanya berdampak positif, namun dari pengalaman-pengalaman negatif yang terjadi itulah salah satu informan dalam penelitian ini (Desi) mengatakan bahwa dirinya dapat belajar untuk mengontrol dirinya dalam mem-*posting* sesuatu. Aspek afektif pun tidak hanya menyangkut dalam hal perasaan, namun juga tanggung jawab. Desi dapat belajar untuk bertanggung jawab atas informasi-informasi yang dia sebar di dalam media sosial. Maka dari itu, dia berusaha untuk tidak asal dalam menyebarkan informasi pribadinya. Karena selain bisa merugikan dirinya juga dapat mempengaruhi pola hubungan pertemanannya. Pembelajaran sosial yang didapat dalam penggunaan media sosial inilah yang membuat Desi bisa mengatur pergaulannya dengan teman-temannya baik di dalam dunia maya maupun dunia nyata.

Konstruksi aspek sikap mental dalam penggunaan media sosial sebagai pembentukan gerakan sosial yaitu berawal dari interaksi yang terjadi di dalam media sosial yang kemudian membentuk sebuah jaringan yaitu sebuah komunitas virtual. Seperti yang disampaikan oleh salah satu informan yaitu Iko bahwa pada awalnya Ia dimasukkan ke dalam sebuah forum di grup yang ada di dalam media sosial. Di dalam forum tersebut membahas

mengenai tindakan apa saja yang akan dilakukan dalam gerakan tersebut, kampanye seperti apa yang akan direncanakan agar dapat menjaring sosial dan membuat orang-orang yang melihat kampanye itu tertarik untuk ikut serta dalam Gerakan Save Master. Interaksi di dalam komunitas virtual itulah yang akhirnya lanjut sampai pada saat kontribusi tindakan nyata dan berinteraksi secara langsung. Berikut penuturan Iko yakni sebagai berikut:

“Dan dengan gue ikut disini, gue pengen hati gue tergerak. Dan dari situ gue pengen yang kan katanya mahasiswa punya bentuk penelitian pengabdian masyarakat. Nah mungkin dari gue ikutan gerakan itu, jadi salah satu bentuk pengaktualisasian diri gue untuk bermanfaat bagi orang lain. Karena gue juga belajar teori tentang pendidikan, ya masa gue gak gerak juga. Percuma gue belajar gituan, gitu Kak.”<sup>79</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Iko sadar bahwa dia memiliki pengetahuan mengenai pendidikan dan Ia ingin mengaplikasikannya langsung ke dalam bentuk gerakan sosial. Sehingga dengan kata lain, iko mengkonstruksikan aspek afektifnya dengan cara turun langsung ke lapangan untuk mengikuti gerakan sosial dalam membela sekolah yang ingin digusur tersebut. Iko sadar bahwa pendidikan itu penting untuk semua kalangan, tidak ada pengecualian termasuk orang yang kurang beruntung. Maka dari itu, Iko merasa dirinya harus bisa bermanfaat bagi orang lain. Dengan mengikuti Gerakan Save Master inilah dia berharap dapat membantu mengangkat aspirasi masyarakat yang memang membutuhkan bantuannya, yaitu mahasiswa yang memang merupakan *agent of change*.

---

<sup>79</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB

#### 1.4. **Konstruksi Aspek Keterampilan melalui Media Sosial**

Keterampilan sosial merupakan bagian penting dari kemampuan hidup manusia. Tanpa memiliki keterampilan mungkin manusia tidak mulus dalam berinteraksi dengan orang lain, sehingga hidupnya akan kurang harmonis. Keterampilan sosial adalah keterampilan yang diperoleh individu melalui proses belajar yang digunakan dalam berhubungan dengan lingkungannya dengan cara baik dan tepat. Dalam penggunaan media sosial pun, beberapa kegiatan dapat juga mengambil peran dalam pengembangan keterampilan, khususnya keterampilan sosial yang bersifat posisif.

Kegiatan yang berkaitan dengan keterampilan sosial adalah kegiatan yang mampu merangsang dan mengembangkan intelektual, etika, dan moral mahasiswa. Keterampilan sosial inilah yang dapat membantu empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini dalam meraih pembelajaran sosial. Pembelajaran sosial yang didapat oleh Celia dalam penggunaan media sosial di dalam kehidupan dirinya sebagai sarana bisnis online yaitu ia dapat berinteraksi dengan orang-orang baru dan belajar bagaimana caranya membangun sebuah relasi baru sehingga terbentuknya sikap saling percaya (*trust*) antara penjual dengan calon pembeli.

Pembelajaran sosial yang di dapat dari kegiatan gerakan sosial yang dilakukan oleh Iko, yaitu mahasiswa-mahasiswa dapat berinteraksi dengan relasi-relasi baru dari berbagai universitas. Interaksi yang terjadi di dalam forum media sosial tersebut akhirnya membahas mengenai tindakan

selanjutnya berupa tindakan nyata yaitu turun lapangan. Jadi dari terbentuknya komunitas virtual, kemudian menjadi partisipasi nyata dengan berkumpulnya berbagai kalangan mahasiswa dari beberapa universitas.

Berikut penuturan Iko:

“Pas turun kesana ke Sekolah Master kita rapat, terus kita berunding gerakan selanjutnya mau kayak gimana lagi. Nah akhirnya waktu itu kita bikin foto dengan hashtag Save Master (#SaveMaster) terus di upload di Media Sosial Path dan Twitter. Kalo di twitter itu di cc-in ke Twitter Save Master terus sama Twitternya Save Master di retweet-lah. Dari situ kan keliatan bahwa dari media sosial bisa mempropagandakan orang-orang, bisa bikin isu lewat media sosial.”<sup>80</sup>

Berdasarkan penuturan Iko di atas, dapat disimpulkan bahwa gerakan sosial yang dimulai lewat media sosial pun ternyata dapat berlanjut berupa tindakan nyata. Hal ini pun dapat dikatakan merupakan bentuk pemanfaatan sumber daya teknologi secara kreatif. Tidak hanya itu, namun orang-orang yang berpartisipasi di dalam gerakan sosial tersebut termasuk Iko pun memiliki keterampilan sosial yang baik karena mampu bekerjasama dan berinteraksi dengan orang-orang baru, saling bertukar pikiran dan mengembangkan aspirasi.

Beberapa kasus di atas dapat dikatakan bahwa ternyata penggunaan media sosial pun dapat mendorong keterampilan seseorang. Karena memang pada nyatanya, mahasiswa yang merupakan seorang agen perubahan (*agent of change*) perlu turut serta dalam realita kehidupan. Bukan hanya sebagai

---

<sup>80</sup> Sumber wawancara: Fattah Amal Iko (Sosiologi 2012), pada tanggal 3 Maret 2015, pukul 13:30 WIB



penonton, melainkan langsung sebagai pelaku. Hal ini sama seperti yang telah dilakukan Iko melalui penggunaan media sosial yang digunakannya dalam mengikuti sebuah gerakan sosial yang akhirnya membentuk Iko menjadi seseorang yang memiliki kematangan pola pikir dan tingkah laku yang akhirnya menjadi pribadi yang memiliki keterampilan sosial yang positif.

Konstruksi aspek keterampilan penggunaan media sosial dapat dilihat juga dari sebuah bisnis online. Informan dalam penelitian ini yang bernama Celia memiliki bisnis online. Ia menggunakan beberapa akun media sosial untuk memasarkan barang yang dijualnya. Dalam hal ini, Celia bersaing bersama banyak *online-seller* (penjual online) yang berbisnis di dalam media sosial. Maka dari itu, Celia dituntut untuk lebih terampil dan kreatif dalam memasarkan barang yang dijualnya. Karena jika Ia tidak mendorong dirinya sendiri untuk sekreatif mungkin dalam berbisnis online, maka bisnis onlinenya mungkin tidak akan bisa berjalan lama. Berikut penuturan Celia:

“Pastinya kan barang yang kita jual itu banyak juga yang menjualkan kan, otomatis butuh strategi pemasaran yang baik, entah itu kata-katanya yang menarik untuk biar customer itu ngeliat produk kita atau sebagus mana hasil ngefotoin barang dagangan kita. Kan biar dilihatnya juga bagus gitu, indah. Terus kemampuan dalam berkata-kata di caption-nya agar dapat menarik customer tertarik ke olshop kita.”<sup>81</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial pun dapat membentuk aspek keterampilan dari seorang mahasiswa, dalam kasus ini seperti yang dialami oleh Celia. Tidak

---

<sup>81</sup> Sumber wawancara: Agustina Celia (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 11:12 WIB

hanya keterampilan dalam hal estetika postingan barang jualannya, Celia pun dituntut untuk memiliki kecakapan hidup (*life skill*) yang memiliki komponen yakni keterampilan sosial, dimana Celia harus bisa berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik kepada calon-calon pembelinya (*online-buyer*). Dengan sudah berjalan bisnis online-nya selama kurang lebih 2 tahun, maka dapat disimpulkan bahwa Celia memiliki kemampuan keterampilan sosial yang baik yaitu mampu meyakinkan orang lain, mampu menciptakan *trust* antara *online-buyer* dan *online-seller*. Dengan adanya keterampilan sosial yang merupakan komponen dari *life skill* itulah seseorang dapat menjalankan kehidupannya secara baik sebagai makhluk individu maupun sosial.

Penggunaan media sosial dalam membentuk aspek keterampilan tidak hanya sampai disitu saja. Media sosial saat ini memiliki layanan video-sharing yang memungkinkan pengguna untuk mengirim video pribadi yang dikembangkan, dari animasi untuk rekaman pribadi, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi ke sesama pengguna media sosial sehingga akan banyak orang yang dapat melihat video yang dibagikan ke dalam media sosial. Ini menarik karena pengguna konten seperti mahasiswa akan bisa mendapatkan literature dalam proses belajar yang jelas dalam bentuk audio-visual.

Kemudian juga ada beberapa mahasiswa yang senang merekam pembelajaran dikelas, atau jika mahasiswa sedang melakukan *micro teaching* terkadang teman kelasnya akan merekam dan di posting di Youtube sehingga

mahasiswa-mahasiswa lain dari berbagai kalangan beda jurusan atau fakultas, bahkan beda universitas dapat melihat dan mempelajari metode pembelajaran yang digunakan saat mahasiswa tersebut sedang *micro teaching*. Berikut penuturan salah satu informan bernama Khairan:

“Jadi waktu itu sih temen gue cerita dari jurusan lain, kalo dia pas lagi matkul yang ada *micro teaching*nya terus suka direkam gitu sama temen-temennya. Jadi bisa belajar mungkin dari kesalahan-kesalahan yang ada jadi pas giliran kita maju udah bisa meminimalisir kesalahan. Terus kan kalo di kelas gue gak gitu, ya paling anak-anaknya liat di Youtube aja gimana model pembelajaran dan lain lain gitu biar tau mau ngomong apa aja di dalam kelas atau mau bikin games apa.”<sup>82</sup>

Berdasarkan penuturan Khairan di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat memberikan kemudahan dengan menyajikan video interaktif yang didapat dengan cepat dan mudah dipahami. Mahasiswa dapat mengakses berbagai macam video positif yang bermanfaat dalam kehidupan seperti video pembelajaran, video keterampilan, atau video yang sesuai dengan topik yang sedang dipelajari di kelas sehingga nantinya membuat suasana belajar dikelas menjadi lebih hidup karena berbasis audio-visual. Lalu mempermudah mahasiswa juga dalam mencari video yang dibutuhkan, terkadang ketika dosen menjelaskan materi pembelajaran suka menyelipkan cuplikan video. Dan karena keterbatasan waktu dikelas, maka mahasiswa akan ditugasi untuk mengakses dan melihat sendiri video-nya di internet.

---

<sup>82</sup> Sumber wawancara: Khairan Nur Alif (Sosiologi 2011), pada tanggal 24 Februari 2015, pukul 14:25 WIB

**Tabel 3.1.**  
**Dampak Penggunaan Media Sosial dalam Bidang Edukasi**

<b>Kognitif</b>	<b>Afektif</b>	<b>Psikomotor</b>
Media sosial mampu memberikan informasi dan pengetahuan yang dapat diakses dengan mudah oleh mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ.	Media sosial selain memberikan informasi kepada mahasiswa dapat menjadikan mahasiswa selain menjadi konsumen media juga dapat menjadikan mahasiswa tersebut memproduksi pesan di dalam media sosial. Terbentuknya sikap berhati-hati dalam menilai informasi apakah mendidik atau tidak, kemudian mengembangkan perilaku dalam berinternet positif yaitu dengan menyebarkan informasi yang memang berguna dan edukatif.	Media sosial mampu mempengaruhi perilaku penggunanya. Seperti memiliki keterampilan sosial dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Selain itu, Video-video kreatif lainnya juga mampu membuat mahasiswa yang melihat tayangan video tersebut menjadi terbentuk pola pikir dan keterampilan mereka.

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa aspek kognitif adalah dampak yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi pengguna media sosial. Dalam aspek kognitif ini dibahas mengenai bagaimana media sosial dapat membantu mahasiswa Sosiologi mempelajari informasi yang bermanfaat dan memberikan wawasan yang luas kepada para mahasiswa serta membantu memahami berbagai persoalan. Dalam aspek afektif, aspek ini kadarnya lebih tinggi daripada aspek kognitif. Jadi media

sosial tidak hanya sekedar memberitahu kepada penggunanya agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu yaitu mampu mempengaruhi pengguna media sosial itu untuk bersikap lebih aktif, tidak hanya menjadi penerima informasi namun juga dapat memberikan serta menjadi penyebar dalam berbagi informasi. Diharapkan mahasiswa yang menerima informasi tersebut, dapat bertukar dan berdiskusi mengenai informasi tersebut kepada sesama teman-temannya. Dalam aspek psikomotorik, aspek ini timbul dalam bentuk perilaku atau kegiatan.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> Siti Karlinah, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbitan UT, 1999), hal. 87

## **BAB IV**

### **PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PROSES SOSIO-EDUKASI EMPAT MAHASISWA PENDIDIKAN SOSIOLOGI UNJ**

#### **4.1. Pengantar**

Penulis akan menjelaskan pada bab keempat ini mengenai analisis data temuan penelitian mengenai peran media sosial proses sosio-edukasi empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Dimana akan terdapat dua bagian, yaitu bagian pertama mengenai pola sosio edukasi penggunaan media sosial dan pada bagian kedua akan dijelaskan mengenai fungsi media sosial dalam meningkatkan ketiga aspek pembelajaran. Aspek-aspek tersebut terdiri dari aspek pengetahuan (kognitif), aspek sikap mental (afektif), dan aspek keterampilan (psikomotorik).

#### **4.2. Pola Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Kebutuhan Empat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ**

Penggunaan media sosial pada saat ini mengambil alih penting dalam kebutuhan berkomunikasi pada kebanyakan orang. Berkomunikasi dengan media sosial berarti berkomunikasi melalui perantara internet, hal itulah yang disebut dengan *Computer Mediated Communication*. Seperti yang dikatakan Wood dan Smith, CMC adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui komputer dalam

suatu jaringan internet.<sup>84</sup> Media sosial dapat memudahkan penggunanya berkomunikasi dan berinteraksi ke banyak orang, karena pesan yang dikirim melalui media sosial dapat disampaikan langsung ke banyak orang dalam satu waktu. Tidak hanya memudahkan dalam berinteraksi, namun juga media sosial memudahkan penggunanya dalam mengakses berbagai informasi dan pengetahuan-pengetahuan baru lainnya.

Penggunaan media sosial keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ memiliki pola penggunaan yang berbeda-beda sesuai dengan motif dan kebutuhannya masing-masing. Kebutuhan individual tersebut dikategorisasikan ke dalam lima bentuk menurut konsep *uses and gratification*, yaitu *cognitive needs* (kebutuhan kognitif), *affective needs* (kebutuhan afektif), *personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif), *social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif), dan *escapist needs* (kebutuhan pelepasan).<sup>85</sup>

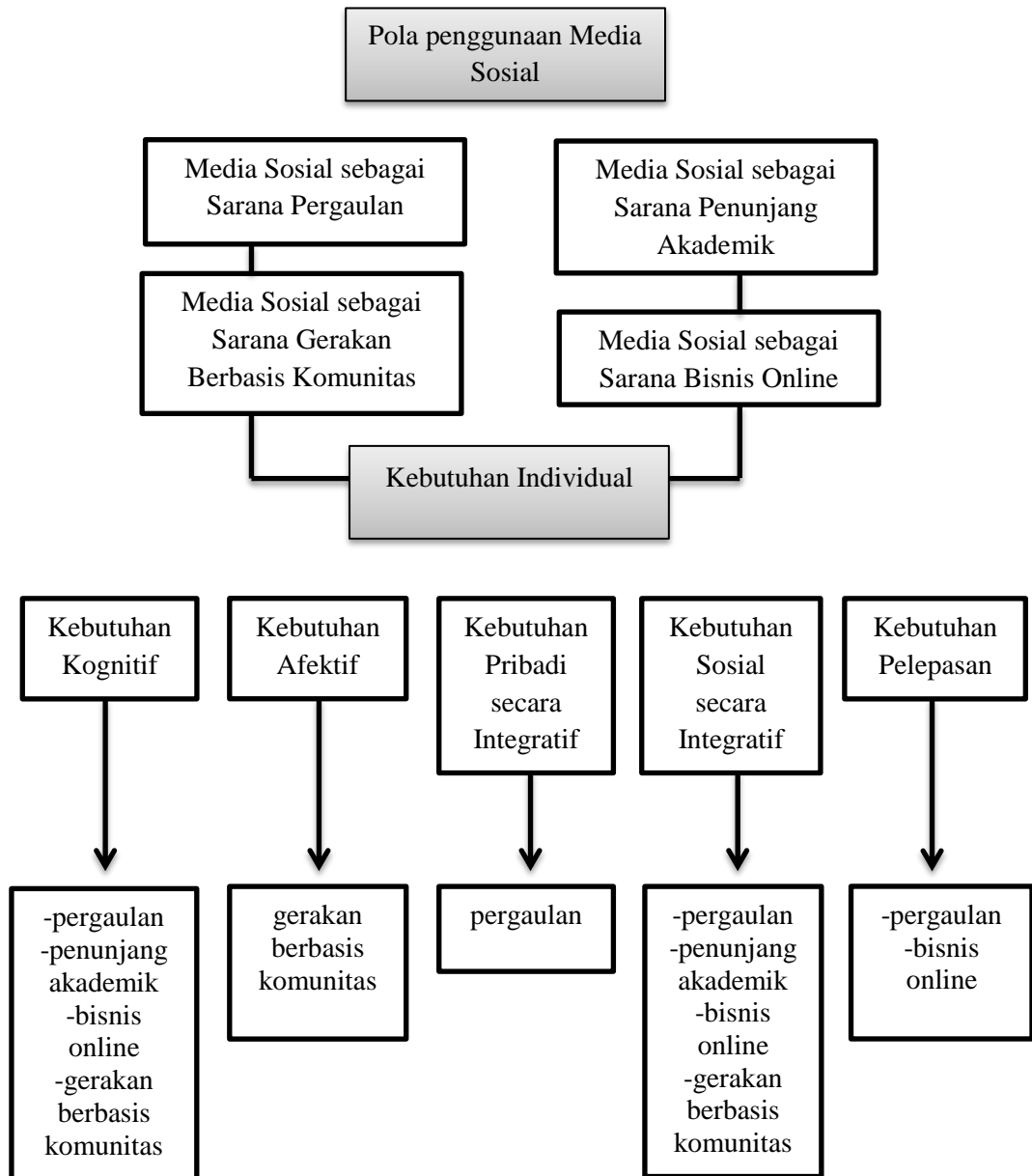
---

<sup>84</sup> Andrew F. Wood & Matthew J. Smith, *Online Communication*, (London: Lawrence Associates Publishers, 2005), hal.4

<sup>85</sup> Uchjana Onong Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal. 294

### Skema 4.1.

#### Pola Penggunaan Media Sosial berdasarkan Kebutuhan Individual



Sumber: Kerangka Berpikir Peneliti, 2015



Berdasarkan kategorisasi kebutuhan individu tersebut dan skema di atas, keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ berpendapat bahwa media sosial sangat membantu mereka dalam mengakses informasi-informasi yang mereka butuhkan, sebagai pemberi kepuasan dan juga sebagai pengetahuan. Hal ini termasuk kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan hasrat untuk memuaskan rasa penasaran. Pada pola penggunaan media sosial sebagai sarana pergaulan, dapat dianalisa bahwa penggunaan media sosial ini berdasarkan kebutuhan pribadi secara integratif karena informan (Desi) mengatakan dia dapat mengaktualisasikan dirinya melalui media sosial. Hal ini sama dengan pengertian kebutuhan pribadi secara integratif dimana kebutuhan ini berkaitan dengan status individual dan hasrat akan harga diri. Selain itu juga masuk di dalam kebutuhan sosial secara integratif dan pelepasan, dimana kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan melepaskan emosi dan hiburan.

Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman yang emosional dan menyenangkan. Kebutuhan ini terdapat pada pola penggunaan media sosial sebagai sarana gerakan berbasis komunitas, karena dengan berpartisipasi informan (Iko) dalam mengikuti gerakan Save Master, Ia memiliki pengalaman yang penuh emosional karena gerakan tersebut berperan untuk membela aspirasi masyarakat. Kebutuhan sosial secara integratif adalah kebutuhan untuk berkomunikasi dengan keluarga,

teman, dan dunia. Kebutuhan ini dimiliki oleh keempat informan, karena di dalam empat pola penggunaan media sosial yang diantaranya; sebagai sarana pergaulan, sarana penunjang akademik, sarana bisnis online, sarana gerakan berbasis komunitas. Kebutuhan sosial secara integratif tersebut dimiliki oleh masing-masing informan karena di dalam motif mereka menggunakan media sosial tersebut, mereka membutuhkan interaksi sosial dan hal tersebut juga didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. Dari kelima kebutuhan yang sudah dijelaskan di atas, maka muncul peran penggunaan media sosial dalam unsur sosio edukasi.

#### **4.3. Pola Sosio Edukasi Penggunaan Media Sosial Empat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ**

Sosio edukasi atau pendidikan sosial merupakan sesuatu yang melekat dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan sosio-edukasi dilakukan setiap saat serta dapat menuntun, mengembangkan pola pikir, dan mengubah sikap masyarakat tersebut. Menurut Brookover, *socio of education* merupakan suatu analisis terhadap proses-proses sosiologis yang berlangsung dalam lembaga pendidikan sebagai suatu unit tersendiri. Ia kemudian mengkategorikan mengenai ruang lingkup *socio of education* yaitu 1) analisis pendidikan sebagai proses perkembangan masyarakat, 2) proses pendidikan sebagai proses sosialisasi, 3) peran pendidikan di tengah-tengah masyarakat,

4) pola interaksi sosial dan hubungan antara sistem pendidikan dengan proses sosial serta perubahan kebudayaan yang terjadi di dalam masyarakat.<sup>86</sup>

Poin keempat dari pengertian sosio-edukasi menurut Brookover adalah pola interaksi sosial dan hubungan antara sistem pendidikan dengan proses sosial serta perubahan kebudayaan yang terjadi di dalam masyarakat. Media sosial merupakan suatu produk budaya modern saat ini yang hadir karena pengaruh globalisasi serta modernisasi yang terjadi di dalam masyarakat dewasa ini. Media sosial mampu membuat pola interaksi sosial saat ini berkembang dari yang tadinya interaksi terjadi saat tatap muka (interaksi langsung), namun media sosial menjadi media perantara sehingga dalam berinteraksi saat ini tidak mengharuskan untuk bertatap muka (*face-to-face*). Pola interaksi sosial dan pola hubungan sistem pendidikan yang dimaksud inilah dimana media sosial selain menjadi media perantara untuk berinteraksi, juga mempengaruhi sistem pendidikan dan proses sosial saat ini karena media sosial mampu membantu peserta didik dalam menunjang proses akademik dengan memberikan informasi-informasi yang mempengaruhi proses pembelajaran mereka dan masuk kedalam aspek kognitif, aspek afektif, dan juga aspek psikomotorik. Dalam penggunaan media sosial ini, sosio edukasi dapat mendukung mahasiswa dalam memperoleh informasi yang mampu mengedukasi mahasiswa sehingga dapat membantu mengembangkan pola pikir serta tingkah laku mahasiswa serta meningkatkan kumpulan

---

<sup>86</sup> MD. Kamsono, *Pengantar Sosiologi Pendidikan*, (Serang: FKIP UNTIRTA, 2004), hal. 7

pengetahuan (*stock of knowledge*) yang diperoleh keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Karena semakin banyak informasi dan pengetahuan-pengetahuan baru yang diterima oleh keempat mahasiswa dari penggunaan media sosial tersebut, maka akan berkembang pula *stock of knowledge* yang diperolehnya.

Pola sosio edukasi yang dilakukan oleh keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ dalam penggunaan media sosial tidak terlepas dari proses sosialisasi nilai, norma dan budaya yang ada di dalam lingkungan atau komunitas mahasiswa itu sendiri. Menurut Berger, sosialisasi merupakan *a process by which a child learns to be a participant member of society* atau proses individu belajar menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.<sup>87</sup> Dengan kata lain, bahwa dengan sosialisasi yang diberikan dari keempat pola penggunaan media sosial itu melalui sosio edukasi akan memberikan pembelajaran masing-masing kepada keempat mahasiswa tersebut.

Penggunaan media sosial tersebut membuat keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini dengan mudah menjalin komunikasi jarak jauh secara efektif dan efisien juga mampu menjaring rekan bisnis dengan mudah melalui media sosial. Dalam ruang edukasi memang diakui hanya terdapat celah sempit, namun masih bisa dapat dikatakan bahwa media sosial saat ini

---

<sup>87</sup> *Ibid.*, hal. 22

dapat menjadi fasilitas pendukung dalam kegiatan akademik. Salah satunya melalui Facebook dan Youtube. Keduanya sama-sama dapat dijadikan media pendukung dalam ruang lingkup edukasi, seperti contohnya Grup Facebook yang mempermudah dalam menjalin sebuah diskusi, dan video-video yang tersedia di Facebook maupun Youtube dapat mempermudah mahasiswa dalam memperoleh tayangan-tayangan yang bersifat edukasi dan berperan dalam meningkatkan kreativitas mahasiswa.

Media sosial tidak hanya diperuntukkan untuk pribadi atau perorangan saja. Namun, salah satu manfaatnya dapat digunakan sebagai sarana berdiskusi kelompok. Berdiskusi kelompok ini dapat dilakukan melalui fitur grup yang tersedia di dalam media sosial itu sendiri. Jika sudah memiliki grup maka diskusi yang dilakukan akan lebih mudah. Karena dengan adanya grup komunitas di dalam media sosial tersebut, maka akan mempermudah komunikasi yang dilakukan antar anggota kelompok tersebut tanpa bertatap muka langsung. Kelompok ini pun dapat disebut dengan komunitas virtual karena mereka yang berada di dalam grup tersebut melakukan interaksi melalui komunikasi internet.

Terdapatnya media sosial sebagai fasilitas pendukung untuk berdiskusi secara online menjadikan mahasiswa untuk menjadi konsumen media yang baik. Maksudnya yakni mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial untuk kepentingan pribadi yang hanya sebatas untuk ruang sosialisasi seperti pergaulan ataupun gaya hidup semata namun juga menjadikan media sosial

terintegrasi ke dalam ruang edukasi. Seperti yang disebutkan oleh Livingstone mengenai integrasi media sosial dalam konteks pendidikan:

*“for the relevance of it in the educational context, four arguments can be distinguished: 1) the pedagogic argument, namely that youth learns best through making it by their own, 2) the employment argument that people who are able to create media messages themselves become more valuable in the labor market, 3) the cultural argument that citizens have the right to self-expression and cultural participation, and 4) the political argument that the creation of media message stimulates democracy and active citizenship.”*<sup>88</sup>

Berdasarkan kutipan Livingstone diatas dapat dijelaskan bahwa hubungan media sosial dalam konteks pendidikan terdapat empat alasan yang dapat dibedakan, yaitu pertama alasan pedagogik, bahwa anak muda belajar melalui media sosial bagaimana membuat argumennya sendiri agar bisa menjadi lebih baik. Kedua, alasan pekerjaan, bahwa orang-orang yang mampu menciptakan pesan media oleh mereka sendiri menjadi lebih bernilai di dalam pasar tenaga kerja. Ketiga, alasan budaya bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengekspresikan diri dan berpartisipasi dalam hal kebudayaan. Dan terakhir, alasan politik bahwa yang menciptakan pesan media dapat juga mendorong keaktifan warga negara dalam hal demokrasi. Berdasarkan empat alasan tersebut, penggunaan media sosial mampu menghasilkan konten positif jika memang penggunanya, khususnya mahasiswa dapat mengambil manfaat yang positif dari fitur yang ditawarkan oleh media sosial itu sendiri. Adanya

---

<sup>88</sup> Hadewijch Vanwynsbergh & Pieter Verdegam, *“Integrating Social Media in Education”*, dalam Article CLCWeb: Comparative Literature and Culture Vol 15, (Purdue University Press, 2013), hal. 4

keempat argument menurut Livingstone di atas dapat menjadikan mahasiswa memiliki sikap kritis terhadap media.

#### **4.4. Fungsi Media Sosial dalam Membentuk Aspek Taksonomi Bloom**

Perkembangan manusia dapat dilihat dari multidimensi, baik fisik maupun non fisik. Perkembangan itu umumnya berlangsung secara sistematis, progresif, dan berkelanjutan. Perkembangan manusia dapat dilihat dari ketiga aspek menurut Taksonomi Bloom yaitu pertama aspek kognitif (pengetahuan) merupakan perkembangan nalar otak (intelegenesi). Kedua, aspek afektif (perasaan/sikap mental), dari informasi yang didapat melalui media sosial yang membentuk suatu pengetahuan-pengetahuan baru. Maka dari proses penerimaan pengetahuan baru itu akan menjadi sebuah proses belajar yang merupakan perubahan perilaku yang dapat diamati dan timbul sebagai hasil pengalaman. Ketiga, aspek psikomotorik (keterampilan). Dalam penggunaan media sosial, tidak hanya membentuk aspek kognitif dan afektif saja namun berperan juga ke dalam aspek psikomotorik.

##### **4.4.1. Fungsi Media Sosial dalam Pembentukan Aspek Pengetahuan (Kognitif)**

Teknologi komunikasi dan informasi saat ini melalui media baru telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat saat ini. Di bab 3 sudah dijelaskan bagaimana konstruksi aspek kognitif dari penggunaan media sosial, dimana media sosial mampu berperan dalam membentuk dan meningkatkan aspek pengetahuan di dalam diri keempat

mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Pembentukan aspek kognitif dapat dilihat dari bagaimana pengguna media sosial dapat menggunakan pengetahuan yang dimilikinya dalam mengatur pola pikir serta tingkah lakunya dalam bertindak dan melakukan sesuatu.

Aspek kognitif merupakan kemampuan yang berkaitan dengan aspek pengetahuan, penalaran, dan pola pikir.<sup>89</sup> Dimana dalam penggunaan media sosial ini keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ terbantu dalam memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan, baik dari segi sosio dan edukasi. Dimana keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini memiliki pola penggunaan media sosial yang berbeda-beda.

Faktor yang mempengaruhi aspek kognitif pada umumnya timbul karena dorongan berbagai motif yang berbeda-beda. Motivasi menurut Weiten merupakan kebutuhan, keinginan, minat, dan hasrat yang mendorong seseorang ke arah tertentu.<sup>90</sup> Dorongan rasa ingin tahu ini yang merupakan motivasi dominan yang ditunjukkan oleh keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ, dan hal tersebut menunjukkan bahwa mereka sangat menyadari arti penting informasi. Tidak hanya itu kemudahan informasi yang disediakan oleh media sosial juga menjadi sebuah sarana efektif untuk memenuhi rasa keingintahuan akan

---

<sup>89</sup> Dimiyati dan Mudjiono, *Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal. 298

<sup>90</sup> W. Weiten, *Psychology: Themes & Variations*, (California: Wadsworth, 2011)



pengetahuan-pengetahuan baru. Hal itu menunjukkan bahwa media sosial dapat berperan di dalam perkembangan kognitif atau perkembangan kapasitas nalar otak (intelegnensi) mahasiswa.

Konstruksi aspek kognitif yang dihasilkan lewat penggunaan media sosial yakni dilihat dari keempat pola penggunaan media sosial masing-masing mampu menghasilkan pengetahuan bagi penggunanya, seperti penggunaan media sosial sebagai sarana pergaulan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai pola interaksi dan pergaulan remaja. Kedua, penggunaan media sosial sebagai sarana pembelajaran dapat meningkatkan pengetahuan dalam memperluas wawasan, informasi, dan literature. Ketiga, penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis online dapat meningkatkan pengetahuan dalam bidang ekonomi. Keempat, penggunaan media sosial sebagai sarana gerakan sosial dapat meningkatkan pengetahuan mengenai kampanye sosial dan berorganisasi. Fungsi media sosial dalam membentuk aspek kognitif jadi dapat membuat pola pikir mahasiswa lebih berkembang dan *open mind* agar mampu menilai dan melihat suatu masalah dengan objektif.

Dengan beberapa informasi dan pengetahuan yang didapat lewat media sosial itulah, dapat mempengaruhi proses belajar dan berpikir sehingga mereka memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah, melakukan suatu kegiatan dengan baik karena belajar dari pengalaman

orang lain, membentuk ide-ide yang lebih kreatif, dan memahami hal-hal yang baru.

#### **4.4.2. Fungsi Media Sosial dalam Pembentukan Aspek Perasaan (Afektif)**

Pengembangan di dalam aspek kognitif tidak hanya akan membuahkan kecakapan kognitif saja, tetapi juga mampu menghasilkan kecakapan di dalam aspek afektifnya. Afektif merupakan pembinaan sikap mental yang mantap dan matang.<sup>91</sup> Aspek afektif merupakan kemampuan yang berkaitan dengan perasaan, emosi, sikap, serta kepatuhan terhadap moral.<sup>92</sup>

Kemampuan afektif berhubungan dengan minat dan sikap yang dapat membentuk tanggung jawab, kerja sama, disiplin, komitmen, percaya diri. Dalam penggunaan media sosial yang dilakukan empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ, mereka mengaku bahwa dalam menggunakan media sosial memiliki perasaan tanggung jawab akan apa yang mereka bagikan ke dalam media sosial. Maka dari itu, keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi ini selalu berusaha dalam mem-*posting* sesuatu yang positif agar dampak yang mereka dapatkan juga positif. Hal ini mereka lakukan karena memang belajar dari pengalaman-pengalaman orang lain yang salah dalam penggunaan media sosial, mem-*posting* sesuatu namun tidak dipikirkan dampak kedepannya bagaimana.

---

<sup>91</sup> Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal. 76

<sup>92</sup> Dimiyati dan Mudjiono, *Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), ha.; 298

Sikap adalah keadaan diri dalam manusia yang menggerakkan seseorang untuk bertindak atau berbuat sesuatu dalam kegiatan sosial dengan perasaan tertentu. Sikap juga merupakan suatu kemampuan internal yang berperan dalam mengambil suatu tindakan untuk menerima atau menolak suatu objek, berdasarkan penilaian terhadap objek itu sebagai hal yang berguna (sikap positif) atau hal yang tidak berguna (sikap negatif).<sup>93</sup> Nilai yang tertanam secara konsisten dalam diri mahasiswa itulah yang akan mengontrol tingkah laku dari masing-masing mahasiswa tersebut.

Penggunaan media sosial pun berperan dalam pembentukan aspek perasaan (afektif), karena di dalam penggunaannya, media sosial mampu mempengaruhi emosi dan perasaan penggunanya. Dalam penggunaan media sosial, tidak sedikit postingan-postingan yang berupa tulisan, gambar, maupun video yang bersifat edukasi dan menginspirasi. Dari tersebarnya konten-konten tersebut, juga mampu mempengaruhi pola pikir mahasiswa karena konten-konten di dalam media sosial tersebut dapat membuat mahasiswa berpikir sebelum melakukan tindakan, mereka jadi bisa berpikir dari postingan-postingan yang ada di dalam media sosial yang jika memang postingannya bersifat positif maka tindakan yang akan mereka lakukan pun juga menghasilkan sikap yang positif.

---

<sup>93</sup> *Ibid.*, hal. 78

Berdasarkan pembagian aspek afektif yang disusun Bloom dapat terdapat lima ranah yang berhubungan dengan respons emosional terhadap tugas, salah satunya penerimaan yaitu kemampuan dalam menerima suatu hal dan mengakui adanya perbedaan-perbedaan.<sup>94</sup> Dari penggunaan media sosial di keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini, masing-masing mereka mampu menerima semua informasi-informasi yang mereka dapat melalui media sosial dan membuat mereka menjadi lebih terbuka lagi dalam pemikiran (*open mind*) dalam menentukan sikap. Seperti yang dikatakan salah satu informan bahwa revolusi media sosial begitu pesat dan berkembang. Dan saat ini semua yang ada di dalam media sosial tergantung dari setiap manusia untuk menyikapinya seperti apa. Media sosial sebenarnya muncul bertujuan untuk mempermudah aktivitas komunikasi. Kalau hal itu dimanfaatkan dengan baik maka akan berdampak positif dan sebaliknya kalau dimanfaatkan untuk hal kejelekan maka akan berdampak negatif dan bisa menghancurkan.

Ranah partisipasi dalam aspek afektif merupakan kerelaan dan kesediaan untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan.<sup>95</sup> Dalam penggunaan media sosial sebagai sarana gerakan berbasis komunitas, informan (Iko) menunjukkan dirinya mampu berpartisipasi dalam kegiatan Gerakan Save Master, Ia sadar bahwa dia memiliki nalar (pengetahuan) mengenai

---

<sup>94</sup> W.S. Winkel, *Psikologi Pengajaran*, (Jakarta: Gramedia, 1987), hal. 149

<sup>95</sup> Dimiyati dan Mudjiono, *Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal. 28

pendidikan dan Ia ingin mengaplikasikannya langsung ke dalam bentuk gerakan sosial. Sehingga dengan kata lain, iko mengkonstruksikan aspek afektifnya dengan cara turun langsung ke lapangan untuk mengikuti gerakan sosial dalam membela sekolah yang ingin digusur tersebut, Ia ingin merasakan dirinya dapat bermanfaat bagi orang lain. Perasaan yang timbul inilah yang merupakan aspek afektif karena mengutamakan perasaan serta emosi dari pengguna media sosial itu sendiri. Jadi media sosial dapat berfungsi membentuk aspek afektif karena mahasiswa dapat memikirkan perasaan orang lain sehingga dapat menentukan sikap yang akan kita dilakukannya.

#### **4.4.3. Fungsi Media Sosial dalam Pembentukan Aspek Keterampilan (Psikomotorik)**

Keberhasilan pengembangan aspek kognitif, juga akan berdampak positif terhadap perkembangan aspek psikomotorik. Kecakapan psikomotorik merupakan manifestasi wawasan pengetahuan dan kesadaran serta sikap mentalnya.<sup>96</sup> Dalam rincian aspek psikomotorik terdapat kreativitas, dimana kreativitas yaitu kemampuan untuk melahirkan pola keterampilan baru atas dasar inisiatif sendiri.<sup>97</sup> Seperti yang dilakukan oleh salah satu informan (Celia) dalam berbisnis online, lewat media sosial dia jadi mengetahui cara berbisnis dan melihat peluang

---

<sup>96</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 52

<sup>97</sup> W.S. Winkel, *Psikologi Pengajaran*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1987), hal. 153-154

dalam memanfaatkan media sosial yang dapat menghasilkan profit. Dalam memasarkan bisnisnya tersebut, maka dia dituntut untuk bisa menyaingi *online-seller* lain. Karena dalam menentukan ketertarikan pembeli dilihat dari segi visual, berbentuk foto yang akan dipost di media sosial maka Celia harus bisa lebih mengasah ide kreatifnya agar calon pembeli dapat tertarik.

Media sosial mampu mempengaruhi perilaku penggunanya. Seperti memiliki keterampilan sosial dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Seperti Iko yang mengikuti gerakan sosial lewat media sosial awalnya dan berkenalan dengan relasi-relasi baru lewat media sosial itulah, namun saat di kehidupan nyata pun Ia mampu membawa dirinya untuk berinteraksi dan bertukar ide serta pikiran dengan baik. Hal ini merupakan keterampilan sosial yang bisa dimiliki olehnya, karena keterampilan sosial merupakan kemampuan mengatur pikiran, emosi dan perilaku untuk memulai dan memelihara hubungan dengan lingkungan sosial secara efektif.

Selain itu, video-video kreatif lainnya juga mampu membuat mahasiswa yang melihat tayangan video tersebut menjadi terbentuk pola pikir dan keterampilan mereka. Keterampilan sosial merupakan bagian penting dari kemampuan hidup manusia. Tanpa memiliki keterampilan mungkin manusia tidak mulus dalam berinteraksi dengan orang lain, sehingga hidupnya akan kurang harmonis. Keterampilan sosial adalah

keterampilan yang diperoleh individu melalui proses belajar yang digunakan dalam berhubungan dengan lingkungannya dengan cara baik dan tepat. Dalam penggunaan media sosial pun, beberapa kegiatan dapat juga mengambil peran dalam pengembangan keterampilan, khususnya keterampilan sosial yang bersifat positif.

#### **4.5. Pendapat Ahli Media Sosial Indonesia**

Peran media sosial dalam sosio edukasi di kalangan mahasiswa terbentuk dari informasi-informasi yang tersebar di dalam media sosial. Informasi-informasi tersebut membentuk pola pikir atau nalar mahasiswa dengan pengetahuan-pengetahuan baru yang didapat lewat media sosial. Dari pengetahuan-pengetahuan atau aspek kognitif yang terbentuk, maka akan menghasilkan penentuan sikap dalam bertindak atau aspek afektif. Menurut bapak Nukman selaku Ahli Media Sosial Indonesia, berpendapat bahwa dengan adanya media sosial maka mahasiswa bisa dapat memperoleh lebih banyak informasi dan pengetahuan selain yang mereka dapatkan dari dosen di kelas dan buku-buku mata kuliah. Mereka dapat memperoleh pengetahuan melalui informasi ataupun juga pengalaman yang dibagikan oleh orang-orang di dalam media sosial itu sendiri.

Berdasarkan keempat pola penggunaan media sosial didasarkan oleh motif dari masing-masing mahasiswa yang berbeda-beda. Berdasarkan pola dan motif yang berbeda itulah, penggunaan media sosial ini memiliki nilai positif yang berperan dalam meningkatkan pengetahuan. Hal ini yang seperti

dikatakan bapak Nukman bahwa dengan adanya media sosial, mahasiswa bisa mengenal banyak ilmu, mengenal banyak pikiran, terus berdialog dan berdiskusi. Melalui media sosial juga maka akan muncul orang-orang berilmu menggunakan media sosial yang akan membagikan ilmu-nya di dalam media sosial. Media sosial pun dapat membangun gerakan untuk edukasi atau munculnya gerakan-gerakan yang tujuannya memajukan pemahaman orang akan sesuatu. Menurut bapak Nukman, hal itu merupakan salah satu yang dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa dan berkaitan dengan unsur edukasi.

“Penggunaan media sosial di dalam pendidikan tinggi, kalo ngirim tugas lewat email mungkin kan udah biasa ya. Saya malah punya temen, dosen. Dia kalo ngasih tugas lewat Twitter, jadi walaupun di Twitter-nya ada follower yang bukan mahasiswanya sebelumnya akan diinfokan sama dia dulu klo dia mau ngasih tugas ke mahasiswanya. Ya dia melihat bahwa mahasiswa saat ini aktif di dalam media sosial, maka dia memanfaatkan media sosial tersebut dalam hal menginfokan tugas melalui media sosial. Mahasiswa itu apalagi jaman sekarang gak bisa kalo gak main media sosial, pikirannya bisa mumet di kampus. Kan banyak hal diluar akademis, kalo akademis kan di kampus, non-akademis ya diluar kampus salah satunya media sosial. Mahasiswa bisa mengenal banyak ilmu, mengenal banyak pikiran, terus berdialog dan berdiskusi.”<sup>98</sup>

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial di dalam pendidikan tinggi dapat berperan dalam proses belajar mengajar dan memberikan kemudahan komunikasi antara dosen dan mahasiswa-nya. Media sosial mampu memberikan dukungan bagi terselenggaranya proses komunikasi interaktif antara dosen dengan mahasiswa, ataupun antar sesama mahasiswa. Kondisi tersebut bisa diartikan

---

<sup>98</sup> Sumber wawancara: Nukman Luthfie (Pakar Media Sosial Indonesia)



sebagai kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk mengajak mahasiswa mengerjakan tugas-tugasnya dan dapat membantu juga dalam memperoleh pengetahuan yang dibutuhkan dalam rangka mengerjakan tugas-tugas tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern saat ini semakin canggih, sehingga dalam kehidupan sehari-hari manusia seakan tidak bisa terlepas dari teknologi. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih itupun maka bentuk, pola dan peralatan komunikasi juga mengalami perubahan. Komunikasi tidak lagi hanya dilakukan secara personal (komunikasi yang hanya melibatkan dua orang saja) secara tatap muka, namun sudah dilakukan lewat kelompok dan komunikasi massa. Salah satu media komunikasi yang berkembang saat ini yaitu disebut *New Media* (media baru). Melalui media baru itulah media sosial diperkenalkan. Media sosial menjadi sebuah media yang penting karena kehadirannya membuat perubahan besar dalam penyampaian pesan.

Penggunaan media sosial memiliki pola dan motif yang berbeda-beda sesuai kebutuhan dari penggunanya masing-masing. Dalam penelitian ini penggunaan media sosial di keempat Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ terbagi menjadi empat pola yaitu pertama, penggunaan media sosial sebagai sarana ajang pergaulan. Kemudian kedua, penggunaan media sosial sebagai

sarana yang dapat menunjang kegiatan akademik. Akademik tersebut maksudnya bisa menjadikan media sosial sebagai media pembelajaran yang membantu dalam memperoleh informasi-informasi terkait materi perkuliahan. Ketiga, penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis online. Lalu keempat, penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mengikuti suatu gerakan sosial dimana media sosial yang bersifat online dapat berperan untuk menciptakan sebuah gerakan sosial yang terjadi di dunia nyata.

Peran media sosial dalam proses sosio-edukasi empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini membentuk tiga aspek menurut Taksonomi Bloom, yakni aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik. Dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan juga harus disertai dengan penanaman sikap yang baik agar mahasiswa yang berpengetahuan tetap bersikap rendah hati sehingga terjadi keseimbangan antara aspek pengetahuan, sikap mental, dan keterampilan.

Perkembangan arus teknologi dan informasi saat ini sangat berperan dalam perkembangan pola berpikir dan tingkah laku mahasiswa. Oleh karena itu kedudukan media sosial saat ini sangat penting, karena dengan adanya media sosial maka arus informasi yang tersebar saat ini begitu mudah. Mahasiswa saat ini tidak harus bersusah payah dalam mencari informasi-informasi yang menunjang kegiatan akademiknya di kampus, hanya dengan mengetik kata kunci di dalam media sosial tersebut maka informasi yang dibutuhkan pun akan hadir di dalam gadget mereka.

Informasi-informasi yang hadir di dalam media sosial inilah yang akan membentuk pola pikir mahasiswa, dimana informasi-informasi yang beredar di dalam media sosial tersebut akan diserap dan akan menjadi sumber pengetahuan bagi mahasiswa. Berdasarkan pola penggunaan media sosial pada empat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini masing-masing memiliki andil dalam proses peningkatan aspek pengetahuan (kognitif) ke dalam masing-masing mahasiswa tersebut. Penggunaan media sosial pun berperan dalam pembentukan aspek perasaan (afektif), karena di dalam penggunaannya, media sosial mampu mempengaruhi emosi dan perasaan penggunanya. Tidak hanya itu, juga mempengaruhi aspek tanggung jawab di dalam diri masing-masing mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ. Dalam penggunaan media sosial, tidak sedikit postingan-postingan yang berupa tulisan, gambar, maupun video yang bersifat edukasi dan menginspirasi. Dari tersebarnya konten-konten tersebut, juga mampu mempengaruhi pola pikir mahasiswa karena konten-konten di dalam media sosial tersebut dapat membuat mahasiswa berpikir sebelum melakukan tindakan.

Keberhasilan pengembangan aspek kognitif, juga akan berdampak positif terhadap perkembangan aspek psikomotorik. Kecakapan psikomotorik merupakan manifestasi wawasan pengetahuan dan kesadaran serta sikap mentalnya. Media sosial mampu mempengaruhi perilaku penggunanya dengan adanya keterampilan, termasuk keterampilan sosial. Kegiatan yang berkaitan dengan keterampilan sosial adalah kegiatan yang mampu merangsang dan

mengembangkan intelektual, etika, dan moral mahasiswa. Dalam penggunaan media sosial inilah dapat berperan dalam mengembangkan kemampuan keempat mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ ini untuk terampil dalam mengontrol diri dan menampilkan perilaku yang tepat dalam situasi apapun. Selain keterampilan sosial, media sosial pun mampu membuat mahasiswa bisa lebih mengasah kekreatifitasannya dalam berbisnis, bergaul, dan juga berorganisasi.

## **5.2. Saran**

Setiap penggunaan media pastinya memiliki dampak positif dan negatifnya. Maka dari itu bagaimana dari masing-masing pengguna media sosial itu sendiri termasuk mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ dapat menggunakan media sosial dengan sebaik-baiknya agar menghindari terbentuknya sikap negatif terutama pada generasi muda, sehingga penggunaan media sosial dapat membantu pola pergaulan remaja berjalan dengan baik dan tidak menyimpang.

Berdasarkan temuan yang ada kiranya beberapa hal yang bisa disarankan untuk dilakukan diantaranya yaitu:

### **(1) Mahasiswa**

- Ketika bermedia sosial, *follow* orang-orang yang memang memiliki *feed* yang baik. Seperti orang-orang yang memang berilmu dan mampu

memberikan sebuah informasi berupa pengetahuan melalui tulisannya di media sosial.

- Ketika mengikuti gerakan sosial, ikuti gerakan sosial yang membangun dan bersifat edukasi sehingga dapat memajukan pemahaman akan sesuatu.
- Sebelum memposting sesuatu ke ranah maya, berpikirlah: apakah postingan tersebut benar; apakah postingan tersebut berguna; apakah postingan tersebut inspiring (menginspirasi) dan baik; apakah postingan tersebut penting/perlu. Jika memang semua kriteria terpenuhi, maka dengan begitu akan tercipta perilaku internet positif.
- Penggunaan media sosial tetaplah berdasarkan kebutuhannya. Jangan sampai menjadi adiksi akan media sosial sehingga kurang bersosialisasi secara langsung. Interaksi sosial adalah sebuah skill yang perlu dilatih, maka dari itu sebisa mungkin antara interaksi dalam media sosial dan tatap langsung bisa diseimbangkan.
- Saat mengakses informasi melalui media sosial juga perlu berhati-hati. Harus bisa lebih selektif dalam mengakses sebuah informasi. Cek ulang kebenaran informasi online secara offline. Dapat melalui membaca buku, menanyakan kepada orang-orang ahli sebenarnya.

**(2) Kampus**

Pihak kampus dapat menyadari bahwa semakin tingginya tuntutan akan informasi oleh mahasiswa UNJ maka dapat lebih memperhatikan koneksi-koneksi internet berupa hotspot untuk lebih diingkatkan lagi dan bisa diperbanyak di tempat-tempat dimana mahasiswa suka berkumpul agar memudahkan mereka dalam mengerjakan tugas atau memenuhi kebutuhan masing-masing dalam penggunaan media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Arsyad, Azhar. 1997. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Barlow, J.P., S. Birkets., K. Kelly & M. Slouka. 1995. "What are we doing on-line?". Harpers's Magazine on August.
- Bodomo, Adams B. 2010. *Computer-Mediated Communication For Linguistics and Literacy: Technology and Natural Language Education*. Information Science Reference.
- Creswell, John W. 1994. *Research Design Qualitative and Quantitative Approach*. California: Sage Publication.
- Effendy, Uchjana Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Flew, Terry. 2008. *New Media: An Introduction (3<sup>rd</sup> Edition)*. South Melbourne: Oxford University Press.
- Fuchs, Christian. 2008. *Internet and Society: Social Theory in The Information Age*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Guba, E.G., Y.S. Lincoln. 1994. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication.
- Kaplan, Andreas M., Michael H. 2010. *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Keraf, A. Sonny., Mikhael Dua. 2001. *Ilmu Pengetahuan: Sebuah Tinjauan Filosofis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Koentjaraningrat. 1991. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Universitas Indonesia UI-Press.
- McQuail, Dennis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mudjono., Dimiyati. 2009. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta



- Neuman, William L. 2000. *Social Research Methods, Qualitative, and Quantitative Approaches (4<sup>th</sup> Edition)*. USA: Allyn & Bacon.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rusmini, Sri., dkk. 1995. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Surachman, Eman. 2013. *Bahan Ajar Pendekatan dan Strategi Pembelajaran*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Suriasumantri, Jujun S. 1993. *Filsafat Ilmu sebuah Pengantar Populer*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Susilana, Rudi., Cepi R. 2007. *Media Pembelajaran*. Bandung: CV. Wacana Prima.
- Winkel, W. S. 1987. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Gramedia.
- Wood, Andrew F., Matthew J. Smith. 2005. *Online Communication*. London: Lawrence Associates Publishers.
- Wright, Kevin B., M. Webb Lynne. 2011. *Computer-Mediated Communication In Personal Relationship*. New York: Peter Lang Publishing.

### **Sumber Jurnal**

- Ariyanti, Lisa. 2002. “*distance Learning sebagai Alternatif Sistem Pembelajaran Masa Depan*”. Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Falahah., Dewi Rosmala. *Study of Social Networking Usage in Higher Education Environment*. 2012. Jurnal online Elsevier Ltd (dapat diakses di [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com))
- Junco, R., G. Heibergert., E. Loken. 2010. “*The Effect of Twitter on College Student Engagement and Grades*”. Journal of Computer Assisted Learning. Blackwell Publishing Ltd.
- Junco, Reynol. 2011. *The Relationship Between Frequency of Facebook use, Participation in Facebook Activities, and Student Engagement*. Jurnal online Elsevier Ltd (dapat diakses di [www.elsevier.com/locate/compedu](http://www.elsevier.com/locate/compedu))

Vanwynsbergh, Hadewijch., Pieter Verdegam. 2013. *“Integrating Social Media in Education”*. Article CLCWeb: Comparative Literature and Culture Vol 15. Purdue University Press.

**Sumber Internet**

<http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/>

<http://www.pewinternet.org/2011/11/15/why-americans-use-social-media/>

<http://video.sindonews.com/play/14879/kata-selfie-berawal-dari-forum-internet-di-australia>

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

## Transkrip Wawancara

### *Identitas informan*

Nama : Agustina Celia  
 Usia : 22 Tahun  
 Angkatan : 2011  
 Waktu wawancara : 24 Februari 2015 pukul 11:12 WIB  
 Lokasi Wawancara : UPT Perpustakaan UNJ

Informan merupakan pengguna media sosial sebagai sarana berbisnis online. Informan memulai bisnis online-nya sejak tahun 2013. Wawancara berlangsung di UPT Perpustakaan UNJ, saat itu informan sedang mengetik skripsi bersama teman-teman sekelasnya. Suasana wawancara sangat santai dan diselingi oleh canda tawa, wawancara pun berlangsung dengan lancar.

No	Pertanyaan	Jawaban	Taksonomi
1	Apakah anda termasuk seorang pengguna internet aktif?	Iya, saya menggunakan internet aktif di hp saya.	Informan seorang pengguna internet aktif
2	Lebih memilih komunikasi melalui tatap langsung atau melalui media sosial?	Kalo pribadi sih, saya lebih memilih komunikasi bertatap langsung daripada melalui media sosial. Karena kalo tatap langsung, lebih enak langsung ketemu. Tapi sih, sebenarnya antara dua pilihan itu untuk saat ini saya milih dua-duanya tatap langsung dan media sosial. Seperti kalo dalam online shop saya, jika pembelian dalam jumlah banyak saya lebih milih untuk tatap langsung ketemu gitu, COD (Cash on Delivery) gitu. Karena kalo melalui medsos, terus barangnya dikirim gitu ribet dalam packaging. Terus kalo enaknya	Informan menyukai komunikasi langsung dan melalui media sosial

		lewat medsos itu, kita gak perlu ketemu jadi gak perlu meluangkan waktu sama customer itu. Tapi kalo misalnya COD, saya biasanya mempunyai syarat sendiri, seperti misal kalo mau ketemu di daerah dekat rumah saya atau di jalan yang biasa saya lewati dari rumah ke kampus gitu. Jadi gak sesuai dengan yang dimau customer itu.	
3	Akun-akun media sosial apa saja yang anda miliki?	Wah banyak, media sosial yang saya punya Instagram, Facebook, Twitter, Path, OLX, terus belum lagi media sosial yang berbentuk messenger seperti WhatsApp, BBM, Line. Nah kalo chat messenger hampir setiap hari dibuka, kalo media sosial biasanya yang digunakan buat online shop gitu kayak Instagram, Facebook, sama OLX kan itu portal jual beli.	Akun media sosial yang dimiliki
4	Dari sekian akun yang anda miliki, akun mana yang anda gunakan untuk membentuk bisnis <i>online-shop</i> anda?	Instagram, Facebook, sama OLX.	Akun media sosial untuk berbisnis online
5	Apakah anda sebelumnya pernah berbelanja <i>online-shop</i> ?	Pernah	Pernah berbelanja online
6	Menurut anda, bagaimana persaingan yang ada di dalam bisnis <i>online-shop</i> yang saat ini anda jalani?	Sebuah kemajuan kalo menurut saya, karena kan banyak orang sekarang yang gak sempet belanja langsung atau pergi ke pusat perbelanjaan atau pasar	Menjamurnya bisnis online

		<p>gitu. Jadi dengan adanya online shop ini bisa memudahkan mereka para customer untuk mendapatkan barang yang mereka mau. Karena apa sih sekarang yang gak di online shop-kan, bahkan makanan-pun banyak kan sekarang di perjual-belikan di media sosial.</p>	
7	<p>Menurut anda, bagaimana persaingan yang ada di dalam bisnis online-shop yang saat ini anda jalani?</p>	<p>Pastinya kan barang yang kita jual itu banyak juga yang menjualnya kan, otomatis butuh strategi pemasaran yang baik, entah itu kata-katanya yang menarik untuk biar customer itu ngeliat produk kita jadi kemampuan dalam berkata-kata di caption-nya itu agar dapat menarik customer tertariknya ke olshop kita.</p>	<p>Persaingan dalam bisnis online</p>
8	<p>Kenapa anda memilih bisnis online-shop dan memilih media sosial sebagai sarana-nya?</p>	<p>Karena kan media sosial itu hampir semua anak muda sekarang pasti punya dong yang namanya media sosial, facebook, instagram pasti punya kan. Nah dengan itu jadi semakin banyak orang yang tau tentang bisnis kita. Paling kalo bisnis secara langsung ya di dalam kelas, karena orang-orangnya udah kita kenal.</p>	<p>Alasan memilih bisnis online</p>
9	<p>Apakah tujuan anda membentuk online-shop?</p>	<p>Salah satunya untuk memenuhi kebutuhannya karena meskipun dapat dari orang tua tapi pengenlah untuk tambahan jajan, atau beli apa itu.</p>	<p>Tujuan berbisnis online</p>
10	<p>Apakah akun media sosial yang digunakan</p>	<p>Untuk pemasarannya itu pastinya dibedakan, seperti</p>	<p>Akun kepentingan bisnis dan</p>

	untuk kepentingan online-shop dibedakan dengan akun personal anda sendiri?	akun Instagram saya bedaka antara olshop sama akun pribadi. Kalo misal Facebook, dari akun saya sendiri saya membuat Fanpage untuk bisnis saya tersebut. Tapi kalo untuk Contact Person masih saya samakan.	personal dibedakan
11	Jika iya/tidak, kenapa demikian?	Seperti Instagram ya misalnya kenapa dibedakan, kalo misalkan disatukan takutnya followers di akun pribadi saya terganggu. Karena kan biasanya kalo online shop itu banyak ngepost kan, tapi kadang saya iklan juga di akun pribadi untuk mempromosikan kalo saya punya online shop.	Akun kepentingan bisnis dan personal dibedakan
12	Bagaimana cara anda mempromosikan barang dagangan anda agar para pengguna media sosial lainnya yang bukan merupakan follower akun online-shop anda mengetahuinya?	Untuk sekarang ini kan saya lebih sering mempromosikan lewat Instagram ya, jadi untuk gimana caranya biar banyak yang tau tapi sasarannya belum menjadi follower olshop saya, pastinya saya menggunakan hashtag. Menggunakan hashtag itu merupakan salah satu cara yang ampuhlah karena biasanya banyak orang yang mencari barang baru melalui hashtag. Terus untuk meningkat followers, biasanya saya menggunakan sistem yang saat ini lagi booming yaitu SFS (Shoutout For Shoutout). Jadi caranya ada sebuah grup komunitas gitu yang setiap harinya ada saling promote olshop yang satu dengan olshop lainnya. Jadi banyak tuh ada	Cara mempromosikan bisnis online

		<p>SFS ini, SFS itu, A B dan lain lain. Nah terserah kita mau gabung yang mana, itu gak berbayar tapi ada syaratnya yaitu dilihat dari jumlah follower-nya berapa biar bisa gabung disana, seperti SFS A yang boleh ikut SFS itu, olshop yang followers-nya 3000. Nah yang dibawah 3000 gak bisa gabung, atau bisa cari SFS yang syarat jumlah followers-nya dibawah 3000. Terus cara SFS itu jadi satu hari ada 30 olshop yang ikutan SFS itu, nah 30 olshop itu akan saling iklan. Misalnya gini, saya punya olshop dan lo juga punya olshop , nah kita tuh saling ngiklanin olshop masing-masing, lo iklanin olshop gue, gue iklanin olshop lo. Gitu.</p>	
13	<p>Kalo promosi menggunakan media sosial menurut anda bagaimana? Efektif apa tidak?</p>	<p>Menurut saya sangat efektif promosi melalui medsos, karena saat ini sudah tidak dapat dipungkiri kalau setiap orang pasti mempunyai medsos. Entah itu BBM, LINE, WhatsApp, Facebook, Instagram, dan lain lain. Selain itu, juga ada situs jual beli semacam OLX misalnya, yang semua orang bisa akses. Situs jual beli itu juga bisa dijadikan alat promosi.</p>	<p>Promosi menggunakan media sosial menjadi cara yang efektif</p>
14	<p>Bisnis online shop anda sendiri untuk setiap aktivitas ngepost di dalam media sosial itu sendiri berapa kali</p>	<p>Untuk memposting promosi di medsos (Instagram) sehari bisa 10 kali picture saya post. Jadi di instagram itu selain saya mempunyai akun online shop</p>	<p>Aktivitas ngepost di media sosial</p>



	perhari? Atau di saat-saat tertentu saja?	(@celiolshop) saya juga mempunyai akun khusus untuk iklan (@iklan_celiolshop). Nah di akun iklan tersebut saya biasa melakukan promosi. Kalo di akun @celiolshop kan untuk barang-barang ready. Sedangkan di akun @iklan_celiolshop itu untuk saya biasanya memposting ulang barang-barang jualan, tentunya dengan memanfaatkan hashtag juga. Oh iya selain saya berpromosi di akun online shop saya sendiri, terkadang saya juga memanfaatkan jasa iklan yang juga saat ini beredar di kalangan bisnis online. Jasa iklan itu adalah jasa yang melakukan promosi bisnis online kita, jadi sistemnya membayar jasa tersebut.	
15	Bagaimana respon teman-teman anda dengan keberadaan online-shop anda?	Beberapa sih, saat saya melakukan broadcast di BBM pribadi, temen-temen ada yang antusias gitu pengen liat barang-barangnya. Kalo missal respon negatif saat ini Alhamdulillah gak ada., atau mungkin ada aja yang kurang suka tapi gak bilang jadi kan saya gak tau hehehe.	Respon teman-teman tentang bisnis online
16	Jadi menurut anda, media sosial itu memiliki kegunaan yang sangat penting untuk saat ini?	Wah iya penting sekali. Selain untuk bisa eksis juga berinternet itu kan gak hanya ngikutin tren, tapi juga bisa menghasilkan profit.	Kegunaan media sosial sangat penting
17	Menurut kamu apakah dengan adanya media	Iya banget. Karena kalo dalam pengalaman saya memiliki	Media sosial dapat meningkatkan

	<p>sosial, dapat membantu kamu dalam meningkatkan pengetahuan/wawasan kamu?</p>	<p>media sosial, apalagi dalam hal berbisnis online, saya dapat mengerti caranya berbisnis melalui media sosial/virtual, banyak hal baru yang saya peroleh dari media sosial. Cara memasarkannya agar banyak yang melihat akun olshop saya, terus jadi tau gimana biar olshop kita tuh dilihat banyak orang bagus kayak gimana, jadi saya paham dan bisa lebih kreatif lagi. Terus jadi tau apa itu metode promosi olshop melalui SFS gitu, itu kan baru saya tahu dari media sosial itu sendiri.</p>	<p>pengetahuan dan keterampilan</p>
--	---	---	-------------------------------------

*Identitas informan*

Nama : Desi Pratama Sari  
 Usia : 22 Tahun  
 Angkatan : 2011  
 Waktu wawancara : 2 Maret 2015 pukul 12:12 WIB  
 Lokasi Wawancara : UPT Perpustakaan UNJ

Informan merupakan pengguna media sosial sebagai sarana pergaulan. Informan memiliki banyak akun-akun media sosial, karena informan memang bisa dikatakan selalu mengikuti tren yang berkembang. Wawancara berlangsung di UPT Perpustakaan UNJ, saat itu informan sedang mengetik skripsi dan menyempatkan diri untuk sembari diwawancarai. Suasana wawancara sangat santai dan diselingi oleh canda tawa, wawancara pun berlangsung dengan lancar.

No	Pertanyaan	Jawaban	Taksonomi
1	Apakah anda termasuk seorang pengguna internet aktif?	Iya, sangat aktif.	Informan seorang pengguna internet aktif
2	Lebih memilih komunikasi melalui tatap langsung atau melalui media sosial?	Dua-duanya sih. Kalo misalnya gue gak ada waktu ketemu ya mending lewat media sosial.	Informan menyukai komunikasi langsung dan melalui media social
3	Akun-akun media sosial apa saja yang anda miliki?	Ada Facebook, Twitter, Path, Instagram, Tinder. Kalo Tinder baru-baru ini punya. Terus yang buat ngemail gitu ya Yahoo sama Gmail. Terus kalo chat Messenger ada LINE, BBM, WhatsApp juga.	Akun media sosial yang dimiliki
4	Apa motif anda membuat akun-akun media sosial tersebut?	Kalo ditanya motif mah ya buat banyakin temen aja, kayak Path Instagram gitu gue mah niatnya cuma buat nge-share kehidupan	Motif menggunakan media social

		sehari-hari gue kayak gimana. Beda kalo soal Tinder, Facebook, Twitter gitu buat nambahin temen aja, temen-temen baru gitu.	
5	Seberapa seringnya anda mengecek akun media sosial anda tersebut?	Oh kalo media sosial Chat Messenger gitu sih sering kalo emang lagi santai. Kalo Path, Instagram gak terlalu sering banget sih ya kalo ada perlu aja dan ada hal yang mau di posting aja gitu.	Cek akun media sosial
6	Biasanya apa yang anda <i>post</i> /tuliskan di media sosial?	Kalo di twitter dulu sih paling curhat-curhatan doing sama quote gitu. Kalo di Instagram ya paling foto-foto selfie sama foto-foto bareng temen dan keluarga. Di Path, ya post lagu-lagu, atau check-in di tempat makan kayak kafe atau restoran gitu terus juga foto-foto juga dan kadang cerita juga suka di post di Path.	Posting-an media sosial
7	Menurut anda, apakah dengan meng-update sesuatu di media sosial seperti menulis status, atau apapun itu dapat menyalurkan emosi yang terpendam?	Iya bisa, kadang misal lagi sedih gitu suasana hati terus pengennya di Path nge-posting lagu sedih gitu. Atau lagi kesel aja terus curhat ngetik panjang lebar di medsos gitu. Biasanya kan ntar ada respon juga dari temen-temen gitu.	Posting-an media sosial
8	Apakah anda merupakan tipe pengguna media sosial yang suka <i>selfie</i> ? Dan men- <i>share</i> foto-foto tersebut di media sosial?	Ya karena emang suka foto-foto, ya suka di share juga di media sosial karena emang suka aja, kan yang lainnya juga suka begitu temen gue mau cewe mau cowonya kan ngepost foto-foto selfie-nya ya begitu jadi	Posting-an media sosial

		ikut-ikutan.	
9	Menurut anda, seberapa pentingnya media sosial dalam pergaulan saat ini?	Kalo menurut gue kalo ditanya penting apa gak, media sosial itu emang udah kayak jadi bagian dari pergaulan. Jadi misalkan kita temenan nih sama temen kita. Nah udah temenan di dunia nyata tapi gak temenan di dunia maya tuh agak gimana gitu kalo jaman sekarang mah. Kayak ada yang kurang dalam pergaulan sesama. Jadi media sosial sama dunia nyata dalam pertemanan udah jadi satu. Media sosial sama pergaulan itu kayak media komunikasi kita saat ini.	Pentingnya media sosial dalam pergaulan
10	Apakah bagi anda, memiliki <i>follower</i> yang banyak di akun media sosial itu merupakan suatu kebanggaan tersendiri?	Kalo gue sih gak terlalu mikirin followers ya, kalo misal banyak yang follow ya syukur, kalo gak yaudah. Tapi gue lebih suka sama follower atau friend list di akun kita tuh yang suka merespon apa yang gue posting, seperti sering nge-like foto di Instagram gue atau nge-love momen Path gue gitu, jadi gue ga terlalu mentingin banyak temen yang follow akun gue, tapi lebih ke banyak yang ngelike postingan contohnya.	Follower di dalam media social
11	Apakah anda memiliki tujuan tersendiri dalam mempunyai banyak akun media sosial seperti mencari ke-eksistensian diri?	Ya kadang-kadang aja, sesuai kebutuhan aja sih. Jadi kalo tujuan khusus-nya sebenarnya gak ada, cuma ngikutin perkembangan jaman yang lagi hits aja sama nyesuain dengan kebutuhan akan aktualisasi diri kita. Terus gue mikir, kalo gue	Tujuan memiliki banyak akun media social

		gak punya akun media sosial gak enak, gak enak juga kalo misal temen ada yang nanya terus gue ga punya akun medsos itu ntar dibilang gak gaul banget sih lo. Jadi ya ikutin jaman aja kan namanya juga nge-share kehidupan kita	
12	Apakah anda pernah melakukan suatu pencitraan terhadap diri anda sendiri di dalam media sosial anda tersebut?	Pernah pasti. Ya karena pengen menutupi kenyataan yang buruk tentang diri kita gitu. Biar orang tahu-nya gue dalam keadaan kondisi baik-baik aja.	Pencitraan di dalam media sosial
13	Apakah anda pernah berkenalan dengan teman lawan jenis melalui media sosial?	Pernah	Berkenalan dengan lawan jenis
14	Jika pernah, apa yang mendorong anda melakukan hal tersebut?	Mungkin lebih kayak pengen cari temen lawan jenis yang jangkauannya lebih luas aja. Jadi ruang lingkup gue gak itu-itu aja gitu kalo soal nyari pasangan mah hehe.	Dorongan berkenalan dengan orang baru di dalam media sosial
15	Menurut anda, kenapa media sosial bisa menjadi sarana buat <i>stalking</i> (menguntit) seseorang?	Karena terkadang lewat media sosial itulah kita bisa tahu apa yang kita awalnya gak tahu tentang orang itu. Misalnya si A di depan kita ngomongnya macem anak baik-baik gitu, eh tahunya setelah kita kepo-in medsos-nya tahunya anak nakal. Dengan <i>stalking</i> , hal-hal yang orang itu tidak ungkapkan saat ketemuan nih, justru kadang dia umbar di media sosial. Makanya orang-orang sekarang banyak yang ngelakuin <i>stalking</i> di situs	Media sosial sebagai sarana <i>stalking</i>

		jejaring sosial seseorang.	
16	Bagaimana tanggapan anda sendiri mengenai penggunaan media sosial di dalam kehidupan sehari-hari anda?	Gue kayak udah kecanduan gitu sama medsos. Dikit-dikit ngecek medsos gue. Kalo lagi pengen update ya update, terus kalo lagi mau curhat ya curhat di medsos. Terus ntar abis gitu liatin siapa-siapa yang komen di posting gue. Nih ya gue aja sebelum tidur megang hp buka-buka medsos, bangun tidur juga nyarinya hp. Pernah deh gue nyoba sehari gak mau buka medsos, tapi ujung-ujungnya gue buka juga belum nyampe sehari. Revolusi media sosial begitu pesat dan berkembang. Sekarang tergantung dari setiap manusia untuk menyikapinya seperti apa. Media sosial sebenarnya muncul bertujuan untuk mempermudah aktivitas komunikasi. Kalau itu dimanfaatkan dengan baik maka akan berdampak positif dan sebaliknya kalau dimanfaatkan untuk hal kejelekan maka ya akan berdampak negatif dan bisa menghancurkan.	Penggunaan media sosial di dalam kehidupan
17	Menurut kamu apakah dengan adanya media sosial, dapat membantu kamu dalam meningkatkan pengetahuan/wawasan kamu?	Sekarang kan banyak ya akun-akun gitu suka ngeshare cerita-cerita kehidupan atau kalimat-kalimat bijak gitu terus dari situ bisa belajar dari pengalaman orang terus dapet informasi tentang kejadian-kejadian di luar sana yang belum kita tau gimana. Jadi bisa lebih hati-hati juga. Pokoknya informasi	Media sosial dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan

		tersebut bisa juga kan nambah pengetahuan kita buat kedepannya. .	
--	--	--	--



*Identitas informan*

Nama : Khairan Nur Alif  
 Usia : 22 Tahun  
 Angkatan : 2011  
 Waktu wawancara : 24 Februari 2015 pukul 14:25 WIB  
 Lokasi Wawancara : UPT Perpustakaan UNJ

Informan merupakan pengguna media sosial sebagai sarana penunjang akademik. Informan bisa dikatakan jarang menggunakan media sosial, hanya di waktu tertentu saja dan hanya yang berhubungan dengan kegiatan akademik di kampus. Wawancara berlangsung di UPT Perpustakaan UNJ, saat itu informan sedang mencari buku untuk referensi skripsi-nya dan menyempatkan diri untuk sembari diwawancarai. Suasana wawancara sangat santai wawancara pun berlangsung dengan lancar.

No	Pertanyaan	Jawaban	Taksonomi
1	Apakah anda termasuk seorang pengguna internet aktif?	Tidak juga. Saya hanya mengecek internet saat membutuhkan saja.	Informan seorang pengguna internet aktif
2	Lebih memilih komunikasi melalui tatap langsung atau melalui media sosial?	Tatap langsung. Karena kalo melalui internet, waktu terbatas dan pertanyaan yang diutarakan tidak selancar saat ditanyakan secara langsung.	Informan menyukai komunikasi langsung.
3	Akun-akun media sosial apa saja yang anda miliki?	Facebook, Google, Yahoo.	Akun media sosial yang dimiliki
4	Apa motif anda membuat akun-akun media sosial tersebut?	Untuk mencari teman, berbagi pengalaman, mencari informasi, dan juga pastinya menambah wawasan.	Motif menggunakan media sosial
5	Apakah media sosial dapat menjadi sarana	Dapat soalnya kalo menurut saya, selain bisa bertukar	Kegunaan media sosial

	penunjang kegiatan akademik?	pikiran, informasi, dan hal-hal yang bermanfaat di media sosial. Dan juga dengan adanya media sosial, maka mempermudah kita dalam menjalin komunikasi dengan teman sekelas, dengan dosen. Lalu, dengan adanya grup kelas di dalam media sosial itu maka saya dan teman sekelas saya bisa sharing mengenai materi perkuliahan dan adanya media baru seperti internet tersebut bisa mempermudah kita mencari informasi yang berkaitan dengan materi perkuliahan.	
6	Di antara akun-akun tersebut, akun manakah yang suka anda gunakan untuk kepentingan akademik di dalam perkuliahan?	Facebook sama Yahoo. Kalo Facebook biasanya saya menggunakan untuk men-share tugas-tugas ke temen, materi perkuliahan ataupun tentang jadwal kuliah. Bertanya tentang kode Siakad. Kalo Yahoo biasanya untuk ngirim tugas ke dosen, terus kalo misalnya gak ikut ujian biasanya dikasih ujian susulan sama dosennya dan ngirim ke dosennya kalo gak lewat e-mail, lewat mana lagi kan. Ngirim tugas kelompok ke beberapa akun sekaligus bisa dilakukan lewat e-mail, jadi gak satu-satu ngirimnya.	Media sosial untuk kepentingan perkuliahan
7	Sejauh mana anda menggunakan media sosial untuk kepentingan perkuliahan?	Hanya pada waktu tertentu-tentu saja, selain itu saya lebih memilih diskusikan secara tatap langsung untuk kepentingan perkuliahan.	Media sosial untuk kepentingan perkuliahan

8	Menurut anda, seberapa pentingkah kegunaan media sosial sebagai sarana penunjang akademik?	Sangat penting, karena saat ini media sosial sangat dibutuhkan. Selain mahasiswa, pekerja kantor, pelajar dan orang biasa-pun menggunakan media sosial tersebut. Baik itu untuk mencari informasi ataupun melihat fenomena-fenomena sosial di masyarakat. Bahkan tidak jarang, beberapa orang menggunakan media sosial untuk berkomentar dan memberikan kritik dan sarannya kepada petinggi Negara melalui media sosial tersebut.	Media sosial untuk kepentingan perkuliahan
9	Apakah anda pernah menggunakan media sosial untuk kepentingan media pembelajaran selain tatap muka dalam kelas?	Pernah. Mata kuliah saat itu dosennya menugaskan untuk mencari artikel/jurnal di internet. Lalu saya dan teman sekelas saya dibuat menjadi beberapa kelompok untuk mempresentasikan artikel/jurnal yang sudah didapat melalui internet. Kemudian artikel tersebut didiskusikan di dalam kelas.	Media sosial untuk kepentingan perkuliahan
10	Hal apa saja yang masih berhubungan dengan perkuliahan yang anda dapat melalui media sosial?	Banyak. Kalo misalnya nyari bahan buat makalah atau skripsi gini kan biasanya nyari skripsi orang di internet buat acuan, nah biasanya kan itu filenya berbentuk pdf gitu dan di download melalui media seperti scribd gitu kan. Nah scribd itu kan biasanya isinya jurnal orang, hasil penelitian orang yang udah berbentuk tulisan dan lain sebagainya. Terus di Twitter, banyak teman-teman kelas saya yang suka ngetweet	Media sosial untuk kepentingan perkuliahan

		<p>ke salah satu dosen saya untuk mendiskusikan tugas yang diberikannya. Kalo pada bingung mereka tinggal nanyanya ke dosen itu lewat Twitter. Terus ntar banyak yang nimpalin gitu temen-temen saya jadilah suka ada diskusi gitu di Twitter. Hal itu juga yang berhubungan dengan perkuliahan kan.</p> <p>.</p>	
11	<p>Menurut kamu apakah dengan adanya media sosial, dapat membantu kamu dalam meningkatkan pengetahuan/wawasan kamu?</p>	<p>Banyak kan sekarang petinggi-petinggi, orang-orang pinter gitu pada punya media sosial, misal kebanyakan pada pake twitter terus suka bikin kultwit gitu. Nah kan biasanya kultwitnya bersifat positif dan edukatif. Bisa nambah pengetahuannya dari situ salah satunya.</p>	<p>Media sosial dapat meningkatkan pengetahuan</p>

*Identitas informan*

Nama : Fattah Amal Iko  
 Usia : 21 Tahun  
 Angkatan : 2012  
 Waktu wawancara : 3 Maret 2015 pukul 13:30 WIB  
 Lokasi Wawancara : Sekret BEMFIS Gd. K UNJ

Informan merupakan pengguna media sosial sebagai sarana gerakan sosial berbasis komunitas. Akhir-akhir ini, informan sering menggunakan media sosial-nya dalam membantunya menyebarkan kampanye sosial kepada teman-temannya. Wawancara berlangsung di Sekret BEMFIS, karena latar belakang informan yang menjabat sebagai ketua BEMFIS. Saat itu informan baru selesai rapat dengan rekan-rekan BEMFIS-nya dan menyempatkan diri untuk diwawancarai. Suasana wawancara sangat santai dan diselingi canda tawa, wawancara pun berlangsung dengan lancar.

No	Pertanyaan	Jawaban	Taksonomi
1	Apakah anda pernah melakukan kerja sama atau semacam gerakan sosial melalui media sosial saat menjadi bagian dari Badan Eksekutif Mahasiswa?	Kalo di BEMJ kemaren sih gak ada Kak, tapi sekarang gue di BEMFIS ada. Kalo yang bagus kemaren tuh Gerakan Save Master. Kita bener-bener gunain medsos.	Kerja sama melalui media sosial
2	Bisa tolong dijelaskan lebih mendetail mengenai Gerakan Save Master tersebut?	Gerakan Save Master ini jadi awalnya kemaren kan mau ada pengurusan sekolah Master (Masjid Terminal) di Depok itu yang sekolah anak-anak jalanan. Jadi kemaren sekitar awal bulan Januari mau ada pengurusan sama Pemkot Depok, antara swasta yang mau bikin terminal Depok Terpadu jadi kan tanah sekolah Master itu kan sampingnya terminal Depok. Nah akhirnya kan	Gerakan Save Master

		<p>disana itu mau digusur, anak-anak disana menamakan gerakannya menjadi Gerakan Save Master. Nah itu mereka menggunakan media sosial, semuanya. Twitter, Facebook, Path, Ask.fm, Kompasiana. Ask.fm kan media sosial terbaru yang memfasilitasi untuk mereka-mereka yang mau nanya-nanya kan Kak, jadi lebih mempermudah gitu.</p>	
3	<p>Bagaimana awalnya anda mengetahui mengenai Gerakan Save Master tersebut?</p>	<p>Awalnya itu kan ada twitter BEM SI (Seluruh Indonesia) kan Kak, nah kan gue juga join di twitter itu dan BEM Fakultas gue kan juga join kan. Nah terus mereka tuh join-an tuh termasuk UNJ juga masuk kan, jadi gerakan itu bukan atas nama UI bela Master tapi Gerakan Save Master. Gerakan seluruh Mahasiswa Indonesia buat save Master, kan kalo pake nama UI ntar propagandanya mereka ini gak maksimal. Nah terus juga kan ada Dika, wakil gue alumni sekolah Master juga. Lewat Dika juga gue tau sekolah Master. Alumni-alumni Master pun juga bikin gerakan.</p>	<p>Awal mengetahui Gerakan Save Master</p>
4	<p>Lalu bagaimana cara kalian yang bergabung dalam Gerakan Save Master membangun jaringan sosial antara anggota Gerakan Sosial tersebut?</p>	<p>Kan punya grup WhatsApp Kak, dari situ juga terus suka dikirim tulisan-tulisan. Nah ntar tulisan-tulisan itu dikirim ke tiap-tiap Universitas. Jadi bener-bener gunain media sosial banget Kak. Dan awalnya kan sebelum turun lapangan ke sekolah Master itu, gue sama</p>	<p>Cara membangun jaringan sosial</p>

		anak-anak dari BEM Universitas lain juga belum pernah kenal sama sekali, dan baru ketemunya pas di Master aja. Terus kenal dari media sosial, dan baru ketemu pas kita kumpul bareng ngopi-ngeteh di Master.	
5	Apa sajakah yang didiskusikan di dalam forum online Gerakan Sosial tersebut?	Jadi kan grup diskusi itu kita pake Media Sosial WhatsApp ya Kak. Nah jadi di dalam Gerakan Save Master itu dibagi 3:divisi advokasi, divisi propaganda sosial, sama divisi funding. Nah masing-masing divisi itu ada grup-nya masing-masing, tapi ntar salah satu anggota dari divisi itu biasanya nitip jarkoman ke divisi lain. Nah divisi propaganda sosial itu Kak yang dilakuin lewat Media Sosial semua, Twitter, Kompasiana, Youtube juga.	Diskusi gerakan sosial
6	Biasanya tulisan seperti apa yang anda tulis dalam akun Media Sosial Gerakan Save Master?	Tentang perkembangan Save Master, sama misal kan Divisi Audien bikin kajian sama walikota hasilnya apa terus di analisa nah ntar di share ke akun-akun medsos itu, intinya ya buat mempropagandain orang orang. Kan ada Kompasiana juga, jadi Kompasiana itu mereka bikin tulisan dan tulisan itu di propagandakan untuk seluruh medsos, jadi orang-orang Kompasiana itu mereka akan ngeshare tulisan itu lewat Twitter, Facebook, BBM dan WhatsApp juga.	Tulisan dalam akun media sosial

7	Motivasi apa yang membuat anda mengikuti Gerakan Save Master tersebut?	Motivasi menjadi bagian dari Save Master ya gue pengen berguna Kak dalam arti begini untuk mengakses pendidikan kan gak gampang ya walaupun udah di kota juga. Tapi dengan adanya sekolah Master kan berarti tandanya masih ada kemiskinan. Anak-anak jalanan bisa sekolah dengan adanya Master, susah loh narik anak jalanan untuk sekolah di sekolah-sekolah formal. Dan dengan gue ikut disini, gue pengen hati gue tergerak. Dan dari situ gue pengen yang kan katanya mahasiswa punya bentuk penelitian pengabdian masyarakat. Nah mungkin dari gue ikutan gerakan itu, jadi salah satu bentuk pengaktualisasian diri gue untuk bermanfaat bagi orang lain. Karena gue juga belajar teori tentang pendidikan, ya masa gue gak gerak juga. Percuma gue belajar gitu, gitu Kak.	Motivasi mengikuti Gerakan Sosial
8	Bagaimana anda berpartisipasi secara nyata dalam Gerakan Sosial tersebut?	Pas turun kesana ke Sekolah Master kita rapat, terus kita berunding gerakan selanjutnya mau kayak gimana lagi. Nah akhirnya waktu itu kita bikin foto dengan hashtag Save Master (#SaveMaster) terus di upload di Media Sosial Path dan Twitter. Kalo di twitter itu di cc-in ke Twitter Save Master terus sama Twiternya Save Master di retweet-lah. Dari situ kan keliatan bahwa dari media	Partisipasi dalam Gerakan Sosial



		sosial bisa mempropagandakan orang-orang, bisa bikin isu lewat media sosial.	
9	Sampai saat ini, bagaimana loyalitas antar anggota yang bergabung dalam Gerakan Sosial Save Master tersebut?	Kalo ditanya loyalitas, ya sampe sekarang aja gerakan Save Master itu masih ada. Soalnya ada isu lagi kalo di bulan Maret mau ada penggusuran. Temen-temen gerakan Save Master sekarang masih dijaga panas-nya gitu loh ka, apinya masih dijaga jangan sampe redup soalnya tuh walikota tuh pinter mainin tensi kita. Ketika kita naik, mereka cabut tuh. Tapi ketika kita lagi lengah penggusuran tiba-tiba. Itu real nyata, soalnya sebelum Master ada kejadian gimana kios kios rata. Ada kios-kios pedagang dekat terminal itu rata. Tau gak ka? Itu penggusuran jam 3 pagi, bisa bayangin	Loyalitas antar anggota dalam gerakan sosial
10	Menurut pendapat anda, sejauh manakah media sosial berperan di dalam gerakan tersebut?	Berperan bangetlah Kak pokoknya. Kan kita mempropagandakannya lewat media sosial karena tujuannya kan sekarang ini mahasiswa, ya bukan mahasiswa doing malah Kak, masyarakat-pun juga udah banyak pake gadget terus punya akun-akun media sosial. Nah lewat medsos itulah kita bisa bikin framing-framing, kayak kemaren kan ada surat dari pemkot Depok, tapi ditulis tangan gitu. Dan itu surat perjanjian. Dari kasus itu, mereka framing bikin tulisan di Kompasiana dengan judul: Surat Pemkot Depok Bagaikan	Peran media sosial dalam gerakan sosial

		<p>“Bungkus Cabe”, Gerakan #SaveMaster Terus Berlanjut. Jadi mereka bikin frame bahwa wah ini loh, jadi kayak hal biasa, hal kecil terus mereka besar-besarin lewat media sosial. Cara-cara framing lainnya juga dengan bikin video-video di youtube, facebook, semuanya. Mereka gunain website, blog juga ada. Pokoknya bener-bener gunain media sosial banget deh. Akhirnya temen-temen mahasiswa, yang gak hanya dari UI, UNJ aja. Mahasiswa dari Gundar, UP juga ikutan juga karena mereka tau lewat media sosial. Kalo universitas dari luar Jakarta dan Depok gitu berkontribusi juga, tapi memang mereka propogandainnya bukan dengan datang ya tapi dengan cara mereka bikin tulisan juga, terus bantu ngejarkomlah, bantu bikin foto-foto yang buat di jarkom di media-media sosial, caranya begitu.</p>	
11	Apakah anda merasa bangga ikut bergabung dalam Gerakan Save Master tersebut?	<p>Banggalah gue, sekaligus gue bisa belajar. Bangganya gue disini yaitu bahwa gue bisa bermanfaat bagi orang lain. Dalam arti, ketika gue jadi mahasiswa apa hal dari gue yang udah gue kerjain sebagai mahasiswa, mungkin bisa dengan cara ngebantu masyarakat, atau mungkin ngebantu orang yang bisa gue</p>	<p>Kebanggaan dalam bergabung di gerakan sosial tersebut</p>

		<p>bantu. Dari situ gue jg bisa belajar, belajar sama anak anak UI gitu dengan cara mereka mempropagandakan suatu gerakan atau menginformasikan orang-orang yang jangkauannya bisa lebih luas caranya ya dengan menggunakan media sosial.</p>	
12	<p>Manfaat apa yang anda dapat dengan bergabung di dalam Gerakan Sosial tersebut?</p>	<p>Nah manfaatnya ya itu yang penggunaan media sosial, darisitu gue bisa belajar buat gunain di BEM gue sekarang. BEMFIS kan dulunya cuma ada Facebook dan Twitter ya. Sekarang gue jadi mau bikin Instagramnya, Kompasiana juga, Path, lo liat aja Kak ntar perkembangan akun Media Sosial BEMFIS sekarang. Instagram udah ada, Path sama Ask.fm bentar lagi nih mau dibuat. Ask.fm ntar gue buatnya pas MPA, jadi maba (mahasiswa baru) kalo ada yang mau nanya-nanya bisa lewat Ask.fm, dan kalo missal ada pertanyaan-pertanyaan bodoh ya gak kita jawab, yang kita jawab ya pertanyaan bener seputar MPA. Kalo Instagram buat foto-foto kegiatan BEMFIS, terus kaya propaganda-in DePe (Desa Pendidikan). Nah Path ntar gue bikin Path BEMFIS, isinya juga kegiatan-kegiatan apa aja yang dilakukan sama anak-anak BEMFIS dan info-info gitu seputar FIS atau BEMFIS. Kan selama ini, kalo gue ngeshare</p>	<p>Manfaat mengikuti gerakan sosial</p>

		info biasanya lewat akun Path pribadi gue sendiri kan Kak, jadi kurang gimana aja gitu.	
13	Menurut kamu apakah dengan adanya media sosial, dapat membantu kamu dalam meningkatkan pengetahuan/wawasan kamu?	Iya dong pastinya. Gue jadi tau caranya bikin kampanye sosial lewat media sosial itu gimana, terus cara mempropagandakan massa dengan baik itu gimana. Banyak sih kak, pokoknya dari gue ikutan gerakan Save Master nalar gue jadi bisa lebih jalan, bisa lebih peka sama masyarakat sekitar yang butuh bantuan kita para mahasiswa untuk menegakkan aspirasi mereka gitu.	Media sosial dapat meningkatkan pengetahuan

**Lampiran Wawancara dengan Nukman Luthfie (Pakar Media Sosial Indonesia)  
Waktu Wawancara: 10 Juli 2015**

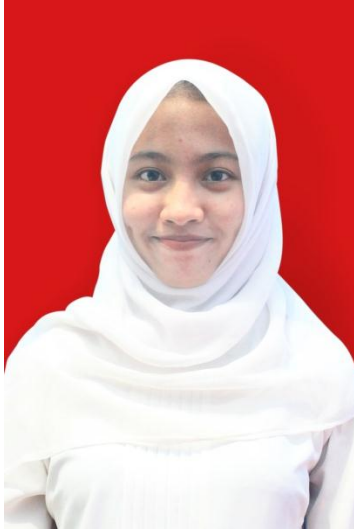
1. Menurut bapak Nukman, bagaimana sih hakikat media sosial sebenarnya?  
Hakikat media sosial itu media yang digunakan untuk interaksi sosial sehari-hari lewat internet, bisa lewat web, bisa lewat mobile, dan media sosial untuk bersosialisasi interaksi, kalo media mainstream itu kan seperti membaca. Maka hakikat media sosial adalah media yang melalui medium digital yang memangkas jarak, memangkas kenal atau gak kenalnya, memangkas waktu kan bisa kapan saja dan dimana saja dan itu sifatnya adalah gak lagi satu arah, atau dua arah, tapi multi arah.
2. Kalau positif dan negatifnya dalam penggunaan media sosial itu sendiri seperti apa pak?  
Positif: dengan adanya media sosial, itu akan muncul orang-orang yang berilmu yang menggunakan media sosial, mereka biasa berbagi di dalam media sosial, baik itu berbentuk blog, maupun kultwit, atau sharing lewat Facebook note atau gak grup Facebook. Intinya mereka berbagi ilmu dengan senang hati dan tanpa dipungut biaya sama sekali. Maka dari itu perhatikan orang-orang yang berbagi ilmu di media sosial itu biasanya followernya banyak, temannya banyak, fansnya banyak. Kedua media sosial itu bisa membangun gerakan untuk edukasi, salah satu muncul akun-akun yang berkaitan dengan edukasi. Ketiga munculnya gerakan-gerakan yang tujuannya untuk memajukan pemahaman orang akan sesuatu, itu kan bersifat pendidikan. Contoh, adanya gerakan Akademi Berbagi. Akademi Berbagi itu mencari orang-orang yang memiliki banyak ilmu pengetahuan dan ingin berbagi dalam klub offline dan mengundang orang-orang untuk belajar disana secara gratis. Pengajarnya dari ahli di bidangnya masing-masing. Yang ikut tidak hanya mahasiswa saja, namun orang-orang profesional, misal orang finance ingin mengerti marketing jadi ikut kelas marketing.
3. Bagaimana bapak Nukman melihat hubungan antara mahasiswa dengan penggunaan media sosial itu sendiri?  
Hubungan mahasiswa dengan pada umumnya yang saya liat pertama untuk eksistensi diri, kedua bersosialisasi sama interaksi, ketiga gerakan sosial atau gerakan kemahasiswaan, atau bisa juga mahasiswa yang senang menulis lalu serius menulis buku lalu dijual melalui media sosial. Maka dari itu media sosial bisa dijadikan medium untuk me-marketing-kan diri dan bisa mendapat penghasilan dari sana.
4. Menurut bapak Nukman bagaimana penggunaan media sosial dalam pendidikan tinggi?

Penggunaan media sosial di dalam pendidikan tinggi, kalo ngirim tugas lewat email mungkin kan udah biasa ya. Saya malah punya temen, dosen. Dia kalo ngasih tugas lewat Twitter, jadi walaupun di Twitter-nya ada follower yang bukan mahasiswanya sebelumnya akan diinfokan sama dia dulu klo dia mau ngasih tugas ke mahasiswanya. Ya dia melihat bahwa mahasiswa saat ini aktif di dalam media sosial, maka dia memanfaatkan media sosial tersebut dalam hal menginfokan tugas melalui media sosial. Mahasiswa itu apalagi jaman sekarang gak bisa kalo gak main media sosial, pikirannya bisa mumet di kampus. Kan banyak hal diluar akademis, kalo akademis kan di kampus, non-akademis ya diluar kampus salah satunya media sosial. Mahasiswa bisa mengenal banyak ilmu, mengenal banyak pikiran, terus berdialog dan berdiskusi.

5. Media sosial mempengaruhi pengetahuan mahasiswa gak menurut bapak?

Pastilah, pasti memperkaya itu. Dengan adanya media sosial maka, mahasiswa bisa dapat memperoleh lebih banyak informasi dan pengetahuan selain yang mereka dapatkan dari dosen di kelas dan buku-buku mata kuliah. Mereka dapat memperoleh pengetahuan melalui informasi ataupun juga pengalaman yang dibagikan oleh orang-orang di dalam media sosial itu sendiri.

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Liza Novirdayani Noor, biasa dipanggil Liza pada kesehariannya. Lahir di Bandarlampung, pada tanggal 12 November 1993 dan merupakan anak pertama dari pasangan suami istri Pahrurrozi dan Arlindawati. Menyelesaikan pendidikan dasar di SDN Karadenan, SMPN 3 Cibinong dan SMAN 2 Cibinong pada tahun 2011. Selama kuliah, pada perkuliahan Sosiologi Pedesaan kelas Pendidikan Sosiologi Non Reguler 2011, pernah melakukan penelitian di daerah Rumpin, Bogor. Pada perkuliahan Sosiologi Menyimpang, melakukan penelitian di Lembaga Perasyarakatan Nusa Kambangan, Cilacap-Jawa Tengah. Dalam rangka Kuliah Kerja Lapangan (KKL) melakukan penelitian di desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Sleman-Yogyakarta. Terakhir peneliti menyelesaikan kegiatan Program Pengalaman Lapangan (PPL) di MAN 9 Jakarta.