

PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN BERGAUL SISWA

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON CONFIDENCE LEVEL ASSOCIATE STUDENTS

Ilham Prisgunanto

Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian – Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian,
Jl. Tirtayasa Raya 6 Melawai Kebayoran Baru, Jakarta Selatan telp. 021-7222234,
Email:prisgunanto@gmail.com.

(Diterima:24 Juni 2015; Direvisi: 02 Agustus 2015; Disetujui terbit:11 Agustus 2015)

Abstrak

Sosial media hadir sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang memungkinkan orang berbagi informasi satu dengan yang lain tanpa batasan waktu dan jarak. Imbas negatif yang ada dari sosial media ini adalah banyaknya kejahatan dan tindak kriminal (seperti penculikan, pemerkosaan sampai dengan pembunuhan) yang muncul karena keserampangan perilaku penggunanya, yang dalam hal ini adalah siswa sekolah. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh sosial media Facebook terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah menengah atas di Jakarta. Teori yang digunakan adalah efek komunikasi, sosialisasi dan Looking Glass Self model Charles Horton Cooley. Teori utama yang digunakan adalah pemahaman Boyd, Danah M, Ellison, Nicole tentang sosial media digital. Penelitian menggunakan model survei kuantitatif berjenis pengaruh asosiatif dengan metode survei dan diadakan di sebuah sekolah menengah atas di Jakarta yang berjumlah 125 orang siswa-siswi kelas VIII. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa tidak ada pengaruh sosial media terhadap tingkat kepercayaan siswa-siswi sekolah dalam bergaul. Para siswa-siswi sekolah menggunakan sosial media hanya untuk keperluan mengisi waktu luang saja. Dengan demikian tidak perlu ada ketakutan berlebihan bagi semua pihak ketika siswa-siswi menggunakan sosial media dalam pergaulan sehari-hari

Kata Kunci: Pendidikan, sosial media, sosialisasi, budi pekerti, Facebook, komunikasi

Abstract

Social media was one phenomena in digital era because people could share information each other. No space and no time would be prevented people when they sharing information in social media. Beside it social media gives bad impact for teenagers, like ripping, kidnapping and the other criminal acts. This research talk about impact social media (Facebook) for any studentson high school in Jakarta. The research uses grand theory Boyd, Danah. M and Ellison, Nicole for using social media in digital era. Quantitative survey was the model's this research. Sample 125 student for class VIII. Finding this research said that social media doesn't impact to socialization student especially for their believing to open self identifiaction. Student just uses social media for upload new information report about any thing not use for reference their for socialization.

Keyword: Education, Social Media, Facebook, Effect.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi semakin pesat, bagaikan raksasa yang berlari cepat dan mereka yang tidak bisa mengikutinya akan tertinggal jauh dan dilibas oleh zaman. Kemajuan media terlihat dengan perubahan media analogi menjadi digital melalui kemampuan konvergensi media massa saat ini. Alhasil merubah wajah dan peradaban manusia

yang semula lamban dan perlu proses yang lama menjadi begitu mudah dan cepat. Dipahami bahwa dunia saat ini sudah masuk era 4.0 dari era 3.0 dan 2.0, dimana informasi sudah terbagi dan tersimpan di dalam sistem data besar yang dinamakan awan (*cloud*). Dengan demikian jelas, bahwa tidak mungkin informasi tidak terbagi bagi orang dengan sesama (*share*). Kondisi ini semakin nyata kebenarannya dengan kehadiran sekolah

menengah atas an sosial atau sosial media (*social media*) yang semakin membuat orang mudah berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain satu dengan yang lain.

Keberadaan sekolah menengah atas an sosial sebagai wahana bersosialisasi dengan sahabat, keluarga, relasi, seolah-olah membuat orang semakin dekat dan akrab satu dengan yang lain. Sudah banyak sekolah menengah atas an sosial yang digunakan oleh pengguna (*netters*), seperti; *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain-lain. Dengan jelas, diketahui bahwa di Indonesia ini begitu banyak pengguna sekolah menengah atas menggunakan jejaring sosial Facebook dibandingkan yang lain. Hal ini semakin membenarkan, bahwa memang penggunaan Facebook sudah mendunia dan merambah ke semua lapisan termasuk siswa-siswi sekolah menengah atas. Memang di satu sisi Facebook bisa digunakan untuk sesuatu yang positif, tetapi di lain sisi ada nilai negatif dan menakutkan dalam praktik tata pergaulan siswa-siswi sekolah.

Di satu sisi Facebook bisa digunakan untuk menambah teman dan jaringan dengan orang lain, namun di lain sisi malah ada banyak kasus kejahatan yang disinyalir berasal dari *Facebook* ini. Sebut saja kasus-kasus yang mencuat saat ini tentang kasus penculikan, pemerkosaan dan lain-lain, yang banyak berasal dari keserampangan penggunaannya. Namun pada kenyataannya, pengguna Facebook bukan berkurang malah bertambah dari waktu ke waktu untuk bersosialisasi, terutama di kalangan remaja dan anak muda saat ini. Pada banyak kasus sosial media banyak digunakan remaja saat ini untuk pamer aurat dan perilaku tidak senonoh yang menuju pergaulan bebas (Al Allamah as-Syaikh Abdul Aziz bin Abdullah bin Baz, 2009:23).

Penelitian ini akan mengkaji tentang pengaruh Facebook terhadap kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah, sehingga rumusan masalahnya apakah ada pengaruh sekolah menengah atas sosial (*Social Media*) terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah sebuah sekolah menengah atas di

Jakarta pada kehidupan sehari-hari? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sekolah menengah atas terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah dalam kehidupan sehari-hari, pemahaman siswa-siswi sekolah terhadap unsur apa yang paling diminati dalam bergaul dan menggunakan media sosial (*social media*).

Penelitian ini menggunakan kajian teoritik ilmu komunikasi dari Weaver, bahwa semua prosedur dimana pikiran seseorang dapat mempengaruhi orang lain. Menurut Hovland, Janis, dan Kelley, komunikasi adalah suatu proses dimana individu (komunikator) menyampaikan pesan (biasanya verbal) untuk mengubah perilaku individu lain (khalayak) yang dikutip dari (Ardianto dan Bambang, 2007:18).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan sosial media terhadap tingkat kepercayaan diri siswa-siswi sekolah menengah atas di Jakarta. Penelitian ini juga ingin melihat keseringan siswa-siswi sekolah menengah menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari juga tingkat kepercayaan diri dalam bergaul.

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kebaruan (*up date*) dan komparatif atas penelitian sejenis dan serupa saeputar tentang efek media massa. Dengan demikian, maka akan diketahui taraf meniru dan kepercayaan diri para siswa-siswi sekolah untuk bisa berinteraksi dengan sekitar.

LANDASAN TEORI

Ada beberapa fungsi komunikasi, yakni; menyampaikan informasi (*to inform*), menginformasikan atau menyampaikan suatu pesan yang mungkin belum diketahui seseorang. Dengan lengkap, maka fungsi komunikasi adalah pertama mendidik (*to educate*), maksudnya komunikasi berfungsi untuk mendidik atau membuat seseorang memahami dan mengerti tentang sesuatu.

Kedua menghibur (*to entertain*), Komunikasi berfungsi untuk menghibur atau membuat seseorang senang, suka, atau puas.

Ketiga mempengaruhi (*to influence*), Komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi orang dalam berpikir, bersikap dan bertindak (Effendy, 2002 : 8).

Ketiga fungsi tersebut adalah fungsi dasar komunikasi. Entah disadari atau tidak oleh para pelaku komunikasi, setiap orang yang melakukan komunikasi mengharapkan bahwa apa yang hendak disampaikan kepada pihak lain dapat dimengerti atau direspons oleh lawan bicara. Dalam hal fungsi sangat biasa, terkadang para pelakunya kurang memberikan perhatian yang sungguh-sungguh karena dianggap lumrah. Padahal cara pandang yang demikian dapat mengganggu proses berjalannya komunikasi.

Ketika berbicara tentang sosialisasi dan kepercayaan dalam bergaul maka ada beberapa konsep dan teori yang digunakan, yakni pemahaman tentang komunikasi sosial itu sendiri. Komunikasi sosial adalah suatu proses interaksi dimana seseorang atau suatu lembaga menyampaikan amanat kepada pihak lain supaya pihak lain itu dapat menangkap maksud yang dikehendaki penyampai (Sutaryo, 2005 : 23).

Menurutnya jelas, bahwa unsur-unsur komunikasi sosial adalah pertama; komunikator yaitu pihak yang memulai komunikasi. Komunikator mungkin seseorang atau suatu institusi. Dalam proses komunikasi, komunikator merupakan unsur yang aktif, yang mengambil prakarsa dalam bertindak. Kedua, amanat, yaitu hal yang disampaikan. Amanat dapat berupa perintah, kabar buah pikiran, pendapat, anjuran dan sebagainya.

Ketiga; media untuk penyampai amanat, yaitu daya upaya yang dipakai untuk menyampaikan amanat kepada penerima. Media yang digunakan disebut dengan media komunikasi sosial. Media komunikasi sosial mengandung dua unsur, yaitu unsur pernyataan (ungkapan) amanat itu sendiri, bisa berupa tanda kode, isyarat, gerak badan, perkataan lisan atau tertulis, lambang-lambang yang dapat dimengerti dan alat yang dipakai untuk menyampaikan amanat tersebut, misalnya

surat, telepon, radio, televisi, media cetak (surat kabar, majalah, selebaran).

Keempat, komunikan, yaitu orang atau satuan orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi itu. Kepada komunikanlah amanat disampaikan, dari mereka diharapkan adanya tanggapan dan dalam diri mereka proses komunikasi berakhir. Dalam proses komunikasi, komunikan merupakan unsur pasif, lawan komunikator menjadi unsur aktif. Kelima adalah tanggapan (*respons*), inilah tujuan komunikator. Yang diharapkan adalah bahwa tanggapan komunikan sama dengan maksud komunikator sehingga komunikasi bisa dikategorikan berhasil, efektivitas tercapai.

Berbicara komunikasi sosial tidak berdiri sendiri begitu saja, melainkan ada konteks budaya di dalamnya. Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. Budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Komunikasi antarbudaya adalah gaya hidup yang relatif khusus dari suatu kelompok masyarakat, yang terdiri atas nilai-nilai, kepercayaan, artefak, cara berperilaku, serta cara berkomunikasi, yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Komunikasi antarbudaya mengacu pada komunikasi pada orang-orang dari kultur yang berbeda, antara orang-orang yang memiliki kepercayaan, nilai, atau cara berperilaku kultural yang berbeda. Dewasa ini, komunikasi antarbudaya telah menjadi semakin penting karena meningkatkan mobilitas orang di seluruh dunia saling ketergantungan ekonomi di banyak negara, kemajuan teknologi komunikasi, perubahan pola imigrasi, dan politik membutuhkan pemahaman atas kultur-kultur yang berbeda. (Mulyana dan Rakhmat, 2001: 24).

Definisi Komunikasi Massa tidaklah mudah melainkan meliputi beberapa tingkatan yang dilihat dari perilaku manusia yang terkenanya. Efek komunikasi massa itu meliputi; pertama; efek kehadiran media massa. Kehadiran media massa mempengaruhi manusia. Kehadiran media massa menggerakkan berbagai usaha seperti

produksi, distribusi, konsumsi "jasa" media massa. Kehadiran surat kabar berarti menghidupkan pabrik yang mensuplai kertas koran, menyuburkan pengusaha percetakan, memberi pekerjaan pada wartawan, pencari iklan, dan sebagainya. Kehadiran media massa bukan saja menghilangkan perasaan, ia pun menumbuhkan perasaan tertentu; kita memiliki perasaan positif atau negatif pada media tertentu.

Kedua adalah efek kognitif media massa (penerimaan informasi), terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Ketiga adalah efek afektif media massa (pembentukan dan perubahan sikap). Timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai. Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif – pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Keempat adalah efek behavioral media massa (perubahan perilaku). Merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. (Rakhmat, 2000 : 48).

Sosialisasi sering didefinisikan "*socialization is the process by which a child learns to be a participant member of society,*" Menurut definisi ini dideskripsikan, bahwa sosialisasi merupakan proses dimana seorang anak belajar menjadi seorang anggota suatu masyarakat. Mempelajari peranan-peranan yang terdapat di dalam masyarakat agar mengerti apa yang seharusnya dilakukan dalam berinteraksi dengan sesama anggota masyarakat.

Sementara sosialisasi adalah suatu proses dimana seseorang menghayati (mendarahdagingkan - *internalize*) norma-norma kelompok dimana dia hidup sehingga timbullah diri/*self* yang unik. Teori ini adalah buah pikiran Charles Horton Cooley yang berangkat dari pemahaman konsep diri seseorang yang berkembang melalui interaksi dengan orang lain, maka teori ini disebut

dengan teori konsep diri. Konsep ini berjalan seperti saat kita memandang cermin, kita melihat apa yang cermin dipantulkan. Dengan itu, Cooley membentuk tiga prinsip pengembangan yang dihubungkan dengan cermin diri. Pertama kita membayangkan bagaimana diri kita di mata orang lain atau di sekitar kita. Kedua seorang anak merasa dirinya sebagai anak yang paling hebat dan yang paling pintar karena sang anak memiliki prestasi di kelas dan selalu menang di berbagai lomba. Ketiga kita membayangkan bagaimana orang lain menilai kita atau kita menginterpretasi reaksi orang lain.

Keempat dengan pandangan dari orang lain di diri anak bahwa si anak adalah anak yang hebat, Ia merasa orang lain selalu memuji dia, selalu percaya pada tindakannya. Perasaan ini bisa muncul dari perlakuan orang terhadap dirinya. Misalnya, gurunya selalu mengikutsertakan dirinya dalam berbagai lomba atau orang tuanya selalu memamerkannya kepada orang lain. Ingatlah bahwa pandangan ini belum tentu benar. Sang anak mungkin merasa dirinya hebat padahal bila dibandingkan dengan orang lain, ia tidak ada apa-apanya. Perasaan hebat ini bisa jadi menurun kalau sang anak memperoleh informasi dari orang lain bahwa ada anak yang lebih hebat dari dia. Kelima bagaimana perasaan kita sebagai akibat dari penilaian tersebut. Dengan adanya penilaian bahwa sang anak adalah anak yang hebat, timbul perasaan bangga dan penuh percaya diri (Pudjiastiti, 2007: 58).

Sekolah menengah atas sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Sekolah menengah atas ini menunjukkan jalan dimana berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh. Barnes di tahun 1954, sekolah menengah atas sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik

seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain.

Sekolah menengah atas sosial pada umumnya memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dalam beberapa hal, seperti ; pertama Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, misalnya interaksi dalam hal kesukaan/*hobby*, kesamaan karakteristik tertentu (orang kembar, *bookaholic*, indigo dan sebagainya) ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu dan dalam tempat tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang bisa dirasakan bersama. Kedua menambah wawasan dan atau pengetahuan dengan sarana *information sharing* dan *comment*, misalnya pencurahan ide yang bisa diedit secara bersama melalui fasilitas *comment* dan atau jawaban dari masing-masing catatan.

Ketiga pencitraan atau memasarkan diri secara artian positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan *prestige* dan kemauan untuk *update* teknologi informasi, misalnya pada perkembangan seseorang yang ingin menemukan pasangan hidup dan atau unjuk kemampuan dalam hal teknologi informasi. Hal ini berlaku juga sebagai media kampanye politik kepada publik, masih ingat ketika Presiden Amerika Serikat yang baru, Barrack Obama menggunakan *Facebook* untuk kampanye kepada *audiensnya*? Keempat media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga pendidikan, misalnya pengiriman draft harga barang, kesepakatan koalisi partai untuk publik, eksplorasi dan orientasi adat daerah tertentu, dan *e-learning* untuk formal (universitas dan sebagainya) dan nonformal (pengajian, profil dan *motivator* kewirausahaan).

Kelima dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kasus kejahatan/hukum, media pertolongan (mencari anak hilang) dan sarana *Citizen Journalism*. Keenam mungkin yang terakhir adalah sebagai media rekreatif atau "cuci mata" setelah ditempa oleh

beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan/*game* dan lain sebagainya (Boyddan Ellison, 2007).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan model pengolahan data kuantitatif dengan jenis penelitian pengaruh atau regresi dari dua variabel. Analisis kuantitatif menggunakan pendekatan berpikir deduktif dimana kerangka analisis dimulai dari persoalan-persoalan umum ke persoalan-persoalan yang khusus. Pendekatan deduktif menggunakan logika deduktif di mana silogisme dibangun pada alur berpikir piramida terbalik (Bungin, 2006: 311).

Definisi populasi adalah keseluruhan (*universum*) dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah 125 orang dari siswa-siswi sekolah di sebuah Sekolah menengah atas di Jakarta, sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Semua populasi dijadikan sampel dalam penelitian ini atau dapat dikatakan sensus dalam penarikan sampel (Sugiyono, 2004 : 73).

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data tersebut menjadi data sekunder kalau dipergunakan orang yang tidak berhubungan langsung dengan penelitian yang bersangkutan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini kuesioner yang dilakukan

dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya

Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dan menguji validitas, reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, dan korelasi. Hipotesis adalah generalisasi atau rumusan kesimpulan yang bersifat tentatif (sementara) yang hanya akan berlaku apabila setelah diuji kebenarannya (Basri, 2006:80). Apabila hipotesis nol diterima (benar) maka hipotesis alternatif ditolak. Demikian pula sebaliknya, jika hipotesis alternatif diterima (benar), maka hipotesis nol ditolak. Dalam penelitian ini, hipotesis statistik yang disimpulkan sebagai berikut: H₀ adalah diduga tidak adanya pengaruh sekolah menengah atas sosial Facebook terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah dan H_a adalah diduga adanya pengaruh sekolah menengah atas sosial Facebook terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang-pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran *semantic differential* digunakan untuk mengukur sikap, bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist* tetapi tersusun dalam 1 garis kontinum yang jawabannya sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya.

Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/ karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang. Responden dapat memberi jawaban, pada rentang jawaban yang positif sampai dengan negatif. Hal ini tergantung pada persepsi responden kepada yang dinilai. Responden yang memberi angka penilaian dengan angka 9, berarti persepsi responden terhadap pemimpin itu sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban pada angka 5, berarti netral, dan bila memberi jawaban pada angka 1, maka persepsi

responden terhadap pemimpinnya sangat negatif.

Skala Semantic Differential

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Buruk					Baik			

Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian

Varia bel	Dimensi	Indikator	Skala	
Sekolah menengah atas Sosial (X)	Kesamaan Karakteristik Informasi	<i>Hobby</i>	<i>Semantic Differential</i>	
		Berita terbaru Kabar teman Cari teman lama	<i>Semantic Differential</i>	
	<i>Prestige</i>	Gengsi Kepuasan	<i>Semantic Differential</i>	
		Media Transaksi	Penjualan online	<i>Semantic Differential</i>
	<i>Citizen Journalism Refreshing</i>	Memberi berita	<i>Semantic Differential</i>	
		<i>Game</i> Menghilangkan stress	<i>Semantic Differential</i>	
	Sosial (Y)	Bagaimana diri kita di mata orang lain	Baik Buruk	<i>Semantic Differential</i>
		Bagaimana orang lain menilai kita	Jujur Pantang menyerah Pintar Berprestasi	<i>Semantic Differential</i>
		Perasaan kita akibat dari penilaian tersebut	Senang Bangga Kecewa	<i>Semantic Differential</i>

Sumber : Data diolah

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 4 Februari 2004, Facebook diluncurkan pertama kali oleh Mark Zuckerberg sebagai tempat bagi para mahasiswa Universitas Harvard untuk saling mengenal. Mark Zuckerberg tidak mengira bahwa sosial media untuk sesama mahasiswa yang dia buat di sebuah kamar asrama mahasiswa-siswi sekolah pada Februari 2004 menjadi sebuah fenomena.

Apa yang dia buat saat itu tidak lebih dari sebuah situs kontak jodoh untuk rekan-

rekan kampusnya bernama *Facemash.com* yang terinspirasi dari situs *Hot or Not*. Satu yang menakjubkan dalam waktu 24 jam, 1200 mahasiswa-siswi sekolah Harvard sudah menjadi anggota.

Dalam 2 minggu saja, Lebih dari separuh mahasiswa Harvard telah mendaftar dan memiliki akun di *Facebook*. Bahkan beberapa kampus yang lain di sekitar Harvard juga ikut meminta untuk bisa bergabung ke dalam jaringan *Facebook*.

Dalam waktu 4 bulan setelah diluncurkan, 30 kampus telah masuk ke dalam jaringan *Facebook*. Setiap pengguna yang sudah memiliki akun kemudian akan mengajak teman yang dikenal untuk bergabung sehingga tidak aneh jika dengan tanpa berpromosi sosial media ini menjadi kian populer. Karena itu Zuckerberg dan dua orang temannya (Dustin Moskovitz dan Chris Hughes) akhirnya memutuskan untuk pindah ke Palo Alto dan menyewa apartemen di sana. Beberapa minggu setelah tinggal di Palo Alto, Zuckerberg bertemu dengan *co-founder* Napster, Sean Parker, yang kemudian bersedia *on board* ke apartemen untuk ikut mengembangkan *Facebook*.

Guna membuktikan penelitian ini memiliki kualitas yang baik, maka terlebih dahulu akan diuji dengan pengukuran nilai reliabilitas penelitian secara internal. Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, dengan pengambilan keputusan apabila nilai Alpha Cronbach > daripada 0,60 maka variabel tersebut reliabel.

Tabel 2 Uji Reliabilitas Sosial Media

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.801	.666	22

Sumber : Data diolah

Pada penelitian ini didapat nilai Alpha Cronbach sebesar 0,801. Sesuai dengan

ketentuan yang ada bahwa nilai Alpha Cronbach harus berada di atas 0,6 dan ini adalah ambang batas minimum yang bisa dicapai dalam penelitian. Oleh sebab itu penelitian ini dari variabel sekolah menengah atas an sosial memiliki kualitas penelitian yang sangat baik dan bisa diteruskan untuk melanjutkan penelitian yang ada.

Tabel 3 Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Bergaul

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.715	.746	20

Sumber : Data diolah

Dari tabel di atas terlihat bahwa memang nilai Alpha Cronbach untuk uji variabel kepercayaan bergaul sebesar 0,715. Dengan demikian maka variabel kepercayaan bergaul siswa-siswi sekolah begitu baik dan bisa dilanjutkan karena memenuhi aspek obyektivitas internal dalam penelitian kuantitatif.

1. Frekuensi Responden Mengakses Facebook

Tabel 4 Akses FB

	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 1 bulan	3.6	3.6
Beberapa hari sekali	25.0	28.6
Setiap hari	71.4	100.0
Total	100.0	100.0

Sumber : Data diolah

Dari tabel di atas diketahui responden yang mengakses *Facebook* setiap hari ada 71,4%, sedangkan mereka yang mengakses beberapa hari sekali adalah 25% dan mereka yang mengakses lebih dari 1 bulan ada 3,6%. Saat ini jaringan mempunyai peranan yang penting dalam informasi. Dalam mengakses internet, segala macam informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh. Beberapa contoh keuntungan dari sekolah menengah atas sosial *Facebook* yaitu dapat memperluas interaksi,

menambah wawasan, sumber berita, sebagai media transaksi.

2. Data yang di Upload dan Download

Tabel 5 Apa yang diupload download

		Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lain-lain	1.8	1.8
	Buku / berita	1.8	3.6
	Software	1.8	5.4
	Foto	42.9	48.2
	Musik	51.8	100.0
	Total	100.0	100.0

Sumber: Data hasil olahan kuesioner

Dari tabel 5 diketahui, bahwa hal yang paling sering diupload atau didownload oleh responden adalah musik ada 51,8%, foto ada 42,9%, perangkat lunak, buku dan lain-lain hanya 1,8%.

Memang sebelum adanya teknologi atau media cetak, musik sudah digunakan untuk menyampaikan pesan dan untuk menghibur. Ternyata sampai sekarang musik masih sangat diminati oleh masyarakat khususnya remaja, selain untuk sarana hiburan, juga digunakan untuk alat penyampaian pesan.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini ingin melihat pengaruh sosial media terhadap kepercayaan bergaul (bersosialisasi) siswa-siswi sekolah menengah atas di Jakarta. Dengan demikian jelas, bahwa penelitian ini akan menyebutkan dengan rigit temuan penelitian dari hasil survei yang dilakukan siswa-siswi sekolah menengah atas pengguna sosial media Facebook.

Tabel 6 Model Summary^g

Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.154 ^a	.024	.006	1.83370	
2	.268 ^b	.072	.037	1.80451	
3	.310 ^c	.096	.044	1.79822	

4	.394 ^d	.155	.089	1.75519	
5	.430 ^e	.185	.103	1.74137	
6	.467 ^f	.218	.122	1.72266	2.271

Sumber : Data diolah

- a. Predictors: (Constant), kekar
- b. Predictors: (Constant), Kekar, Info
- c. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pres
- d. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pres, Anda yakin bahwa Facebook digunakan sebagai
- e. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pres, Anda yakin bahwa Facebook digunakan sebagai, Citi
- f. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pres, Anda yakin bahwa Facebook digunakan sebagai, Citi, Anda sebagian besar menggunakan Facebook untuk
- g. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, diketahui hasil uji hipotesis penelitian ini dari nilai r yang ditunjukkan secara lugas. Diketahui beberapa nilai r yang ada, yakni; karakteristik (0,154), informasi (0,268), prestige (0,310), anda yakin, bahwa *Facebook* digunakan sebagai media transaksi (0,394), *citizen journalism* (0,430), anda sebagian besar menggunakan *Facebook* untuk *refreshing* (0,467).

Dengan demikian jelas, diketahui bahwa faktor terkuat sosial media dalam hal ini adalah Facebook hanya digunakan sebagai sarana *refreshing* saja tidak lebih. Facebook digunakan sebagai pengisi waktu luang bagi siswa-siswi sekolah, tidak sebagai panduan atau referensi dalam bergaul.

Tabel 7 Uji ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.410	1	4.410	1.312	.257 ^a
1 Residual	181.572	54	3.362		
Total	185.982	55			
Regression	13.400	2	6.700	2.058	.138 ^b
2 Residual	172.582	53	3.256		
Total	185.982	55			
Regression	17.836	3	5.945	1.839	.152 ^c
3 Residual	168.147	52	3.234		
Total	185.982	55			
Regression	28.868	4	7.217	2.343	.067 ^d
4 Residual	157.115	51	3.081		
Total	185.982	55			
5 Regression	34.364	5	6.873	2.266	.062 ^e

Residual Total	151.618 185.982	50 55	3.032		
Regression	40.572	6	6.762	2.279	.051 ^f
⁶ Residual Total	145.410 185.982	49 55	2.968		

Sumber : Data diolah

- a. Predictors: (Constant), Kekar
- b. Predictors: (Constant), Kekar, Info
- c. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pr
- d. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pres, Anda yakin bahwa Facebook digunakan sebagai
- e. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pres, Anda yakin bahwa Facebook digunakan sebagai, Citi
- f. Predictors: (Constant), Kekar, Info, Pres, Anda yakin bahwa Facebook digunakan sebagai, Citi, Anda sebagian besar menggunakan Facebook untuk
- g. Dependent Variable: Y

Dari uji beda jelas, bahwa memang tidak ada perbedaan sikap dari pengguna Facebook dalam melihat kepercayaan mereka dalam bergaul. Dari tabel di atas kelas bahwa pengujian anova yang dilakukan menunjukkan nilai di atas angka *pvalue* atau signifikan berada di atas 0,05.

Dari tabel pengujian tersebut didapat *p value* sebagai berikut kesamaan karakteristik (0,257), informasi (0,138), *prestige* (0,152), anda yakin bahwa digunakan sebagai media transaksi (0,067), *citizen journalism* (0,062) dan anda menggunakan *Facebook* untuk *refreshing* (0,051). Temuan menunjukkan, bahwa semua variabel yang ada berada di atas nilai ambang batas *p value*, yakni; 0,05, yang berarti tidak ada pengaruh secara signifikan sosial media terhadap kepercayaan bergaul dari siswa-siswi sebuah sekolah menengah atas di Jakarta.

Temuan penelitian ini sebenarnya meruntuhkan anggapan banyak orang yang menyebutkan bahwa sosial media begitu berdaya dalam mengubah sikap dan perilaku orang, terutama remaja. Pandangan remaja adalah pihak yang labil dalam bersikap adalah alasan kuat, bahwa pada pihak merekalah kerap penyelewengan dan sikap sembrono dalam menggunakan sosial media terjadi. Sesuai pendapat Kaplan (2014:618) bahwa inovasi kustomisasi massal dan penilaian

pengalaman hidup, bila dilihat dari pemahaman penggunaan sosial media.

Bila dilihat sosial media sebagai media massa, maka dari sisi efek media jelas, bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari penggunaan sosial media terhadap kepercayaan dalam bergaul remaja yang dalam hal ini adalah siswa-siswi sebuah sekolah menengah atas di Jakarta. Sesuai pendapat Levy (2009:23) disebutkan bahwa ruang pengetahuan dan *cosmopedia* meramalkan munculnya Wikipedia dan mengantisipasi Wikinomics, dan khasiat bersama sistem pengetahuan terdistribusi. Klaim menyebutkan interaktivitas adalah istilah samar-samar bahwa lebih berkaitan dengan menemukan solusi untuk masalah, kebutuhan untuk mengembangkan cara-cara baru untuk mengamati, desain, dan mengevaluasi metode komunikasi, daripada yang dilakukannya dengan mengidentifikasi, karakteristik unik sederhana yang dapat diberikan ke sistem tertentu.

Dalam penelitian ini terlihat bahwa ada beberapa faktor yang menjadi unsur yang dilihat dalam penggunaan sosial media, yakni; Kesamaan Karakteristik, Informasi, *Prestige*, Media Transaksi, *Citizen Journalism*, *Refreshing*. Dari semua faktor tersebut ternyata hanya *refreshing* yang menjadi jawaban dari para siswa-siswi sekolah menengah atas di di Jakarta yang menjawab kegunaan sosial media bagi mereka. Penelitian ini membuktikan kebenaran dari kajian penelitian mikro efek media, bahwa pengguna media tidak serta merta mengikuti apa yang diinformasikan dan dipaparkan di dalam isi media tersebut (Rosengren dan Palmgreen, 1985:30).

Pada kenyataannya penelitian ini bisa membuktikan bahwa siswa-siswi sekolah menengah atas di Jakarta ini sudah memiliki dasar yang kuat dari guru mereka akan bagaimana bergaul dan bersosialisasi yang baik. Artinya bahwa pendidikan dari guru tentang etika, budi pekerti begitu kuat dibandingkan dari belajar di luar melalui media massa atau media elektronik yang marak saat ini. Dapat dikatakan bahwa

kedudukan guru dan pola didik di kelas adalah variabel pengganggu (*intervening*) yang tidak dijadikan fokus utama dalam penelitian ini. Demikian juga dengan pendidikan di rumah atau keluarga yang dipahami turut mempengaruhi siswa-siswi sekolah dalam menafsirkan kepercayaan mereka dalam bergaul di sosial media (Rusmanah, 2010: 44).

Dengan jelas, penelitian ini menyebutkan bahwa sosial media bukanlah ancaman terbesar dalam merubah kepercayaan dan bergaulnya siswa-siswi sekolah. Pada kenyataannya pendidikan di mana saja budi pekertilah yang begitu kuat mengubah perilaku dan bergaulnya para siswa-siswi sekolah. Alhasil pada orang tua tidak perlu berlebihan bereaksi terhadap keberadaan sosial media di dunia digital karena siswa-siswi sekolah bersekolah di sekolah menengah atas kebanyakan tidak menganggap penting sarana ini apalagi dijadikan sebagai rujukan atau patokan mereka bersosialisasi atau bergaul.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari temuan penelitian ini tentang pengaruh sekolah menengah atas sosial terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa-siswi di sebuah sekolah menengah atas di Jakarta, maka dapat disimpulkan, bahwa; Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan sosial media terhadap tingkat kepercayaan bergaul di kalangan siswa-siswi sekolah di sebuah sekolah menengah atas di Jakarta. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hal ini menghilangkan dan meruntuhkan anggapan bahwa sekolah menengah atas sosial bisa mengubah perilaku dan keterbukaan mereka dalam bergaul dan bersosialisasi di masyarakat.

Sarana sosial media hanya digunakan sebagai wahana *refreshing* siswa-siswi sekolah saja bukan menjadi rujukan dan panduan mereka berperilaku. Perilaku siswa-siswi sekolah menengah atas ternyata tidak terbuka sepenuhnya karena mereka menyadari

bahwa sosial media bukan patokan utama mereka dalam bergaul.

Saran

Dari hasil penelitian di atas maka dapat diberikan saran-saran, sebagai berikut; Semua pihak tidak terlalu berlebihan menganggap bahwa biang permasalahan pergaulan menyimpang pada siswa dan siswi di sekolah bukan disebabkan karena penggunaan sekolah menengah atas sosial atau sosial media yang ada. Bahkan dari pendidik dan kalangan sekolah ada yang sampai trauma dalam penggunaan sosial media alhasil banyak sekolah menjadi gaptek (Gagap teknologi) dalam menyikapi tata pergaulan yang ada dalam kehidupan nyata.

Kesadaran pada melek sosial media di sekolah menengah atas an internet menjadi perlu dan kebanyakan masalah yang ada dalam penggunaan media komunikasi tersebut adalah tidak bisanya siswa dan siswi memisahkan antara kebenaran dan kepalsuan yang ada. Oleh sebab siswa dan siswi tidak menjadikan sosial patokan mereka bersikap, di sinilah titik letak peran guru dan pendidik untuk dominan dalam memberikan arah dan panduan yang jelas peserta didik dalam berperilaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Al Allamah as-Syaikh bin Abdullah bin Baz. *Bahaya pamer aurat dan pergaulan Bebas bagi wanita*. Jakarta : Pustaka Sumayah, 2009.
- boyd, Danah M., Ellison, Nicole B. "Social Network Sites : Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007: article 11.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2006.
- . *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- . *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004.
- Hidayat, Taufik. *Lebih Dekat Dengan Facebook*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.

Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa
Ilham Prisgunanto

- Kaplan, Andreas, and Michael Haenlein. *Collaborative projects (social media application): About Wikipedia, the free encyclopedia*. Business Horizons, 2014.
- Levy, Andreas. *Toward a Self-referential Collective Intelligence: Some Philosophical Background of the IEML Research Program, First International Conference, ICCCI 2009, Wroclaw (Poland) 10. 2009, in N.N. Than, K. Ryszard, C. Shyi-Ming (a cura di), Computational Collect*. Berlin-Heidelberg-NY, 2009.
- Mardalis. *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia, 2005.
- Mulyana, Deddy dan Jalaluddin Rakhmat. *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Nasution. *Metode Research : Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Nurul, Zuriyah. *Metodologi Penelitian : Sosial dan Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara , 2005.
- Pudjiastiti, Pauline. *Sosiologi SMA*. Jakarta: PT Grasindo, 2007.
- Q-Anees, Ardianto Elvinaro dan Bambang. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Rosengren, Karl Erik dan Philip Palmgreen. *Media Gratification Research : Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage Publication, 1985.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Rusmanah. *Model-model Pembelajaran*. Jakarta: Grafindo Persada, 2010.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Straubhaar, Joseph and Robert LaRose. *Media Now : Understanding Media Culture, and Technology*. USA: Thomson Wadsworth, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2004.
- Sutaryo. *Sosiologi Komunikasi : Perspektif Teoritik*. Yogyakarta: Bumi Intaran, 2005.

